NOSOTROS Y LOS OTROS

EL COMERCIO EXTERIOR DE BIENES CULTURALES EN AMÉRICA DEL SUR

Argentina / Brasil / Chile / Colombia / Perú / Uruguay / Venezuela



NOSOTROS Y LOS OTROS

EL COMERCIO EXTERIOR DE BIENES CULTURALES EN AMÉRICA DEL SUR

Participaron de la realización de esta publicación:

Secretaría de Cultura de la Nación – Argentina

Ministerio del Poder Popular para la Cultura – República Bolivariana de Venezuela

Banco Central de Venezuela

2.000 ejemplares impresos durante el mes de septiembre de 2008

en los talleres de la Fundación Imprenta de la Cultura

Guarenas - Venezuela



Calcagno, Natalia

Nosotros y los otros : comercio exterior de bienes culturales en América del Sur / Natalia Calcagno y Emma Elinor Cesín Centeno. - 1a ed. - Buenos Aires : Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación, 2008.

152 p. : il. ; 21 x 29,4 cm.

ISBN 978-987-9161-49-4

1. Comercio Exterior. I. Cesín Centeno, Ema Elinor II. Título

CDD 382

Fecha de catalogación: 15/08/2008

Autoridades

Por Argentina
Dr. José Nun
Secretario de Cultura de la Nación

Por Venezuela
Héctor Enrique Soto Castellanos
Ministro del Poder Popular para la Cultura

PAÍSES PARTICIPANTES

Equipo coordinador

Por Argentina
Secretaría de Cultura de la Nación
Coordinadora:
Natalia Calcagno – Coordinadora del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA)
Asistentes:
Francisco D´Alessio – SInCA
Gabriel D. Lerman - SInCA
Emiliano Torterola - SInCA

Por Venezuela
Ministerio del Poder Popular para la Cultura
Coordinadora:
Emma Elinor Cesín – Viceministra para el Fomento de la Economía Cultural
Asistentes:
Carmen Sanchís – Despacho de la Viceministra
Luzmaya Colina Salazar – Despacho de la Viceministra

Responsables técnicos

Brasil
Ministerio de Cultura de Brasil
Pablo Martins – Gerente de la Secretaría de Políticas Culturales
Instituto Brasilero de Geografía y Estadísticas
Cristina Linz – Coordinadora del Sistema de Informaciones e Indicadores Culturales

Chile
Consejo Nacional de la Cultura y las Artes
Silvana Zeballos – Departamento de Planificación y Estudios
Loreto Cisternas – Departamento de Planificación y Estudios
Sofía Lobos Araya - Departamento de Planificación y Estudios

Colombia
Ministerio de Cultura
César Parra – Sistema Nacional de Información Cultural
Oscar Corzo Camacho – Grupo de Políticas Culturales y Asuntos Internacionales

Perú
Instituto Nacional de Cultura
Manuel Balarezo Álvarez – Gerente General
María del Rosario Salinas Gamboa – Unidad de Presupuesto
Jacinto Kobayashi Kobayashi

Uruguay
Ministerio de Educación y Cultura
Luis Mardones – Director de Cultura
Gustavo Buquet

Índice

PRÓLOGO
Argentina

Detrás de cada libro suele haber una historia escondida que no siempre se conoce y que muchas veces es la base a partir de la cual se han construido el material y los contenidos que salen a la luz. El volumen que hoy presentamos, *Nosotros y los otros. Comercio exterior de bienes culturales en América del Sur*, conjuga una suma de pequeños esfuerzos realizados por distintas personas y equipos de gestión de los gobiernos sudamericanos que, desde 2006, venimos trabajando en el ámbito del MERCOSUR Cultural sobre la temática de los Sistemas de Información Cultural.

En efecto, la información y el análisis que se presentan aquí sobre el comercio exterior de bienes culturales de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela son el resultado del ejercicio de medición común propuesto y aprobado en el II Seminario sobre Sistemas de Información Cultural. Pero también son la prueba de que sólo la continuidad de las políticas públicas y el compromiso con ellas de los gobiernos de la región pueden rendir frutos duraderos. En tal sentido, este segundo ejercicio, si bien de mayor alcance y complejidad, es una continuación del primer trabajo realizado en común por nuestros países en 2006: *Cuenta Satélite de Cultura. Primeros pasos hacia su construcción en el MERCOSUR Cultural*.

Relevar y analizar el comercio exterior de bienes culturales es una puerta de entrada al conocimiento de la economía cultural de la región y de este modo a la puesta en valor del sector cultural como generador de símbolos y al mismo tiempo de divisas, de ingresos y de empleos. La cultura es hoy uno de los sectores con mayor valor agregado de la economía mundial, donde se han producido cambios globales y regionales claves en cuanto a tecnología, escalas de producción y finanzas.

Investigar y relevar datos sobre la cultura es una tarea indispensable para poder llevar adelante políticas culturales. Construir información cultural resulta, a su vez, un paso ineludible para fortalecer la integración regional y para que nuestros países sepan dónde intervenir y dónde motorizar el cambio. Conocer y defender la cultura es la mejor manera de garantizar la diversidad, la inclusión social y la democracia.

Dr. José Nun
Secretario de Cultura de la Nación

PRÓLOGO
Venezuela

"Nosotros y los otros" es la expresión concreta de una necesidad tantas veces manifestada en el seno de MERCOSUR Cultural, de traducir en cifras la gestión cultural de cada uno de los países integrantes de esta comunidad internacional y desde allí, construir un panorama que nos permitiera conocernos y reconocernos en lo común y en lo diverso.

La República Bolivariana de Venezuela ha dado su apoyo en forma decidida a este importante proyecto regional, que comenzó como un sencillo ejercicio en un encuentro de trabajo en el cual se definieron parámetros de medición para las cuentas satélites de cultura a partir de datos disponibles para la fecha, en esa ocasión recuerdo que nos sentamos en una misma mesa quienes estaban claramente adelantados en el trabajo con los que nunca habían considerado la materia, de allí salió un compromiso de trabajo honrado por todos en los tiempos acordados.

Surgió un primer perfil, ese que sólo los números saben dibujar, nos vimos y les vimos, dimos nutridas discusiones iniciales, nos convencimos de la utilidad de seguir contando con estos pinceles numéricos que nos dibujan sin contemplación, luego vinieron otras consideraciones no sin pocas discusiones en torno a nuevos objetivos y estrategias.

La vía natural de coincidencia fue entonces la ruta internacional y apareció así el acuerdo de trabajar con los datos de las importaciones y exportaciones de bienes culturales, allí se develó una cantera de sorpresas. Vimos en cifras, poco o muy poco, de lo que se representaba en muy sonados discursos de integración que dábamos y oíamos en el marco de los encuentros del MERCOSUR Cultural.

Este proyecto regional nos obliga a realizar un replanteamiento de rumbo y hace evidente la necesidad de sincronizar el discurso con la acción, estamos comprometidos a materializar la integración a través de la acción. Los bienes culturales así como el mercado de los símbolos y contenidos deben ser los protagonistas de la integración y en ello debemos seguir trabajando para conocernos en colectivo

Emma Elinor Cesín Centeno
Viceministra de Fomento de la Economía Cultural
Ministerio del Poder Popular para la Cultura

PREFACIO

Este libro es el producto de la intensa labor que, desde hace varios años, realizamos los países del Cono Sur del continente americano para conocer mejor el funcionamiento y la dinámica de nuestras actividades culturales. Con esta intención trabajamos en el desarrollo de mecanismos de registro y medición que nos permitan hacer un seguimiento preciso de las mismas.

En tanto concebimos este trabajo como un proceso en permanente construcción y perfeccionamiento, los datos y resultados que aquí se presentan no aspiran a constituir información concluyente ni a poner fin a los intensos debates que el mundo de la cultura atraviesa en relación a temáticas fundamentales, como el impacto de las industrias culturales sobre la producción y el empleo, la protección de la diversidad cultural y el acceso igualitario a la cultura, entre otros. Por el contrario, creemos que deben ser leídos como un acercamiento al desarrollo de un campo particular –el comercio exterior de ciertos bienes culturales- a partir de una gran cantidad de información no exenta de limitaciones, que permite esbozar ciertas conclusiones pero, fundamentalmente, hacerse preguntas, plantearse líneas de trabajo y detectar nudos problemáticos que deben ser abordados por las gestiones culturales de los países de la región.

El texto comienza con una presentación, en donde se detallan los antecedentes que dieron lugar a este libro, así como los objetivos que nos propusimos y los fundamentos que nos guiaron. En el Capítulo 1 se abordan cuestiones metodológicas referidas a la medición realizada y, particularmente, a nuestro abordaje respecto de cómo pensar la estadística y el uso de datos cuantitativos. Los Capítulos 2 a 10 presentan la información reunida para el año 2006, acompañada de un análisis detallado de cada uno de los 77 cuadros elaborados. El Capítulo 11 es de conclusiones.

Hemos incluido también dos anexos. En el primero se detalla toda la información relevada, así como las formas de procesamiento y agregación utilizadas. En el segundo se presentan los mismos gráficos que en los Capítulos 2 a 10 pero para al año 2005.

Para facilitar la búsqueda de la información hemos elaborado, por un lado, un índice sumamente detallado en el que se pueden rastrear temáticas y países; por otro, construimos un índice analítico en el que están referidos cada uno de los 148 gráficos elaborados, según contengan información agregada de la región, información comparativa de los 7 países analizados o información detallada de un país en particular.

Por último, queremos agradecer a todos aquellos que formaron parte de este proceso, asistiendo al seminario, recolectando la información, aportando críticas y comentarios enriquecedores, que hacen de este trabajo un logro colectivo.

Equipo coordinador

PRESENTACIÓN

ANTECEDENTES, OBJETIVOS Y FUNDAMENTOS

Los días 17 y 18 de mayo de 2006 se realizó en la Ciudad de Caracas (Venezuela) el I Seminario sobre Sistemas de Información Cultural del MERCOSUR. En aquella oportunidad, 7 países y 2 organismos multilaterales comenzaron a discutir la necesidad de construir datos e indicadores, de manera colectiva y regional, que permitieran evaluar el impacto económico que la cultura genera sobre cada uno de nuestros países.

Como una forma de pasar del dicho al hecho, los países asistentes al encuentro asumieron el compromiso de proveer una serie de datos vinculados a la economía de la cultura. En concreto, se propuso realizar un ejercicio de medición que estimara el porcentaje que representaban las actividades culturales sobre el total del producto bruto interno (PBI) de cada uno de los países. Además, se decidió compilar información vinculada a la gestión pública cultural, como presupuestos nacionales y regionales culturales y organigramas de las distintas instituciones.

La Argentina, en su condición de co-organizador del Seminario, asumió la responsabilidad de centralizar, procesar y sistematizar la información. Así, en noviembre de ese año se consolidó la información generada por Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela. El resultado de ese trabajo fue publicado bajo el nombre de *"Cuenta Satélite de Cultura. Primeros pasos hacia su construcción en el MERCOSUR Cultural".*

En el año 2007, durante los días 26 y 27 de septiembre, se desarrolló el II Seminario sobre Sistemas de Información Cultural del MERCOSUR en la Ciudad de Buenos Aires (Argentina). Asistieron al encuentro 12 países y 2 organismos multilaterales, todos los cuales manifestaron el creciente interés de las autoridades nacionales de cultura en la temática de la información cultural.

Con el objetivo de avanzar un paso más en la construcción de información de manera conjunta, se propuso la realización de un nuevo ejercicio de medición, esta vez referido al comercio exterior de bienes y servicios culturales. Una vez más, la Argentina asumió la responsabilidad de centralizar y procesar la información que cada país brindara.

En marzo de 2008, siete países enviaron a la coordinación la información generada. A diferencia de lo realizado en la primera oportunidad, se decidió en esta ocasión implementar una nueva metodología, que facilitara el debate y la discusión respecto de la información recolectada. Con este objetivo, se decidió elaborar este documento, titulado "Nosotros y los otros. El comercio exterior de bienes culturales de América del Sur".

El documento está organizado de la siguiente manera: en el capítulo 1 se plantean algunas reflexiones sobre la estadística y sobre el necesario recorte de la realidad que implica su uso. Esta reflexión lleva a la discusión central: para medir la cultura es necesario, previamente, definir qué es la cultura, cuáles son las actividades que la componen y cómo se registran estadísticamente.

Posteriormente se realiza un análisis del funcionamiento de los sistemas de registro estadístico, planteando los límites inherentes a los mismos y, en particular, las dificultades que presentan para relevar las actividades culturales. Finalmente, se plantean algunas nuevas propuestas de ejercicios de medición conjuntos para seguir trabajando regionalmente.

Entre los capítulos 2 y 10 se presentan todos los resultados obtenidos para el año 2006, a través de más de setenta gráficos comentados. Luego, en el capítulo 11, se presenta una síntesis de los resultados más significativos, junto con algunas hipótesis y conclusiones de carácter provisorio que surgen a partir de su lectura.

Finalmente, se incluyen dos anexos: el primero tiene carácter metodológico y explica en detalle la medición realizada; el segundo contiene todos los cuadros disponibles para el año 2005.

Se espera que este informe se constituya en un disparador de la reflexión y el debate en varias dimensiones. En efecto, además de aspirar a ser una contribución sobre el comportamiento económico de la cultura en la región, se espera que las ideas y conceptos aquí vertidos energicen el trabajo y la reflexión en torno a la importancia de la información a la hora de pensar en el quehacer cultural de nuestras naciones.

Vale decir que el contexto político regional e internacional en que esa información será utilizada es sensiblemente particular. El aumento indiscriminado de la circulación global de bienes culturales prácticamente en una sola dirección, la concentración vertical y horizontal de empresas trasnacionales que reúnen en plataformas únicas sectores de la industria hasta hace pocos años separados, y el uso creciente de las cadenas de TV por Cable para transmitir datos similares a las telecomunicaciones –y viceversa-, han hecho del campo de la cultura y la comunicación no sólo un espacio más sobre el cual operó la reconversión capitalista de fin de siglo XX, sino sobre todo uno de los terrenos específicos en el que se produjo una verdadera revolución tecnológica, financiera y productiva a escala mundial.

Los años noventa fueron el tiempo de las fusiones y alianzas entre productoras de Cine y TV, entre éstas y compañías de teléfonos, entre aquellas y fabricantes de PCs, y de una marcada concentración y absorción de negocios conexos a cada actividad. La utopía tecnológica fue que un mismo producto pudiera ser comercializado de muchas maneras y ser ofrecido a una multiplicidad de públicos gracias al hecho de ser fácilmente transferible de un soporte a otro. El desarrollo de satélites de uso alternativo para uno y otro servicio, la ampliación mundial de las redes de distribución televisiva de cable, el crecimiento de la televisión paga y la construcción de las redes digitales de banda ancha en condiciones de transportar cualquier tipo de información alfanumérica y audiovisual, parieron un modelo de convergencia tecnológica, donde el control del transporte y la gestión de contenidos culturales se volvieron la médula de una compleja y extendida globalización cultural.

En tal sentido, la necesidad de contar con información válida sobre el proceso económico de la cultura resulta de primer orden. ¿Cuál es la posición de los estados nacionales y federales, de los organismos de integración regional, frente a la concentración económica y geográfica de las industrias culturales? La Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, aprobada por la UNESCO el 20 de octubre de 2005, fue un avance de la comunidad internacional en cuanto a demarcar el carácter específico de las actividades, bienes y servicios culturales. De forma clara, se afirmó que "encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener" y que por lo tanto enriquecen el "patrimonio cultural de la humanidad". Sin embargo, a la hora de ligar o compulsar este instrumento de cooperación internacional con las discusiones sobre comercio exterior en el seno de la OMC (Organización Mundial del Comercio), los equilibrios se pierden. "En un contexto global –señala el investigador Gustavo Gómez- donde las tendencias económicas y sociales dominantes están provocando una mayor concentración en la producción y difusión de bienes y servicios culturales –poniendo en peligro la diversidad cultural a nivel mundial, regional y nacional- es insuficiente la simple enunciación y reconocimiento de la diversidad cultural si no se definen marcos regulatorios y políticas activas de Estado que la defiendan y garanticen" (Gómez, 2005).

Es necesario, por lo tanto, pensar y accionar en una nueva época de América Latina, donde no sólo ha cambiado el mundo sino, sobre todo, han cambiado las realidades de cada país. Ese proceso activo es difícil de impulsar desde los estados nacionales sin la participación de la sociedad civil, del ámbito académico, de los partidos políticos y organizaciones sociales y comunitarias. Pero, además, se torna más arduo aún sin la posibilidad de contar con información válida que permita hacer política cultural.

CAPÍTULO 1:
ASPECTOS METODOLÓGICOS

DEFINICIONES Y CONCEPTOS

¿Qué mide la estadística?

A la hora de reflexionar acerca del uso de información estadística, es posible centrarse en dos controversias. Por un lado, la forma en que se llevan a cabo las mediciones y la precisión con que se realizan. En este caso, lo que se pone en cuestión es la "fiabilidad" de la información reunida. Por otro lado, y dado que las mediciones se elaboran en base a la delimitación de un objeto, es necesario definir la existencia misma de ese objeto y las características que reviste, para después de ello pensar en las formas más adecuadas de medirlo. En otras palabras, mientras que en el primer caso lo que se discute es la técnica de medición, en el segundo se pone el acento en el objeto de medición.

Es a partir de esta doble controversia que Alain Desrosieres[1] se refiere a la "paradoja" que atraviesa a las estadísticas: si por un lado deben ser incuestionables e indiscutibles, al mismo tiempo son objeto de debate en tanto construyen, a través de su definición, el objeto al cual van a medir. Y la definición del objeto es, presumiblemente, materia de debate y discusión.

En este documento se pretende discutir los dos aspectos mencionados: ¿existe un objeto que pueda ser definido como cultura? ¿Qué características asume? ¿Qué es, más particularmente, el comercio exterior de bienes y servicios culturales? Y, una vez resuelto este debate: ¿se puede medir ese objeto llamado cultura, y las formas que asume su comercialización a nivel internacional? Las estadísticas que hoy existen, ¿dan cuenta de ese objeto con el nivel de precisión y definición que se requiere para realizar un análisis fiable? Y, siendo aún más concretos: la información reunida en este documento ¿refleja el funcionamiento del comercio exterior cultural? ¿Se puede llegar a conclusiones fuertes a partir de los datos analizados?

Hacia una definición de comercio exterior cultural

Una primera definición de cultura es la que dice que "la cultura abarca los rasgos, creencias, convenciones, formas de convivencia, costumbres, imaginarios, sistemas de valores y prácticas simbólicas colectivas e individuales que prevalecen en un grupo"[2]. Esta definición, si bien es aceptada y utilizada en estudios antropológicos y sociológicos, es de escasa utilidad a la hora de medir la cultura, ya que engloba a todas las prácticas sociales, en tanto cada una de ellas genera algún proceso de significación social. Es por eso que se presume más útil, a la hora de definir nuestro objeto de medición, pensar a la cultura como "un conjunto de actividades humanas y productos cuya razón de ser consiste en generar un procesamiento simbólico"[3].

Sin embargo, y aún utilizando esta definición restringida de cultura, el universo de actividades, productos y productores sigue siendo vastísimo. Es por eso que se decidió posar la mirada sobre tres sectores particulares, aquellos que forman parte de lo que se denomina comúnmente las "Industrias Culturales Nucleares o Tradicionales": el complejo audiovisual, el complejo fonográfico y el complejo editorial.

Cuando se habla de "comercio exterior" se hace referencia a "las transacciones económicas entre los residentes de un país y el resto del mundo."[4] Este ejercicio particular se centrará en el comercio exterior de bienes culturales, dejando de lado los servicios.[5] La exclusión de los servicios culturales de este ejercicio de medición está vinculada a que su registro en las cuentas exteriores de los distintos países no está tan desarrollada, y mucho menos estandarizada, a nivel regional. En consecuencia, hay muchos países que no tienen un registro sistemático de estas transacciones, y la información disponible de los diferentes países suelen ser imposible de comparar.

1 Alain Desrosieres, *La política de los grandes números*, Editorial Melusina S.L., Barcelona, 2004.

2 Convenio Andrés Bello, *Consolidación de un Manual Metodológico para la Implementación de Cuentas Satélites de Cultura en Latinoamérica*, CAB, Noviembre 2007.

3 *Ob.cit.*

4 Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), *Metodología de Estimación del balance de pagos*, Mayo de 2007.

5 Esquemáticamente se puede diferenciar a los bienes de los servicios de la siguiente manera: los bienes son aquellos productos en los que el momento de la producción y el del consumo está mediado o separado (por ejemplo, un CD de música se produce en un momento dado, y se consume tiempo después, cuando la persona que lo adquirió lo reproduce); en el caso de los servicios, en cambio, la producción y el consumo se superponen en el tiempo (por ejemplo, los derechos de autor que se pagan por la autoría de una obra musical se consumen cada vez que esa obra es reproducida).

Como se puede apreciar, se ha realizado un recorte preciso y excluyente a partir de la definición original de cultura. Lejos se está, sin embargo, de postular una supuesta neutralidad u objetividad en este recorte. Por el contrario, es preferible hablar de un proceso de objetivación. A través de sucesivos recortes se fue construyendo nuestro objeto "comercio exterior cultural", al que ahora se tratará de mensurar.

La propuesta entonces es explicitar en profundidad cada una de las decisiones tomadas en este proceso de objetivación, y someterlas a la discusión colectiva. Pero antes de llegar a eso se realizará un pequeño y necesario rodeo: haremos una breve y simplificada revisión del funcionamiento del Sistema de Cuentas Nacionales, que es la fuente de la cual proviene la información disponible.

LOS SISTEMAS DE MEDICIÓN ESTADÍSTICA

Funcionamiento de los sistemas estadísticos existentes

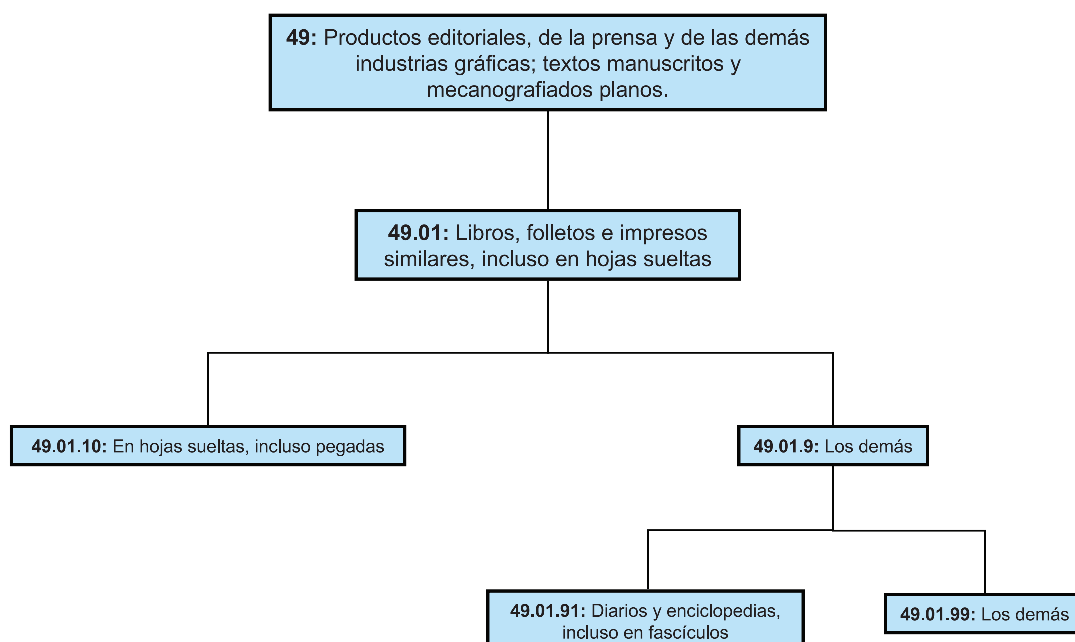
Todos los países del mundo llevan adelante un registro sistemático para medir la evolución de su actividad económica. Este registro se hace en base a una metodología consensuada y estandarizada a nivel internacional, que toma el nombre de *Sistema de Cuentas Nacionales*[6]. Una de las principales ventajas de este sistema es que permite establecer comparaciones entre todos los países que lo utilizan, dado que la forma en que se recolectan los datos y lo que estos expresan es la misma.

Los datos se registran en base a distintos nomencladores, entre ellos el Clasificador Central de Productos (CPC), que mide desde la perspectiva de los productos realizados, y el Clasificador Industrial Internacional Uniforme (CIIU), que lo hace desde la perspectiva de las unidades de producción. Para la medición del comercio exterior, los países del MERCOSUR utilizan el Nomenclador Común del MERCOSUR (NCM), que registra de manera estandarizada la entrada y salida de productos de los países de la región. Es con este nomenclador con el que se trabajó a lo largo de todo el ejercicio, ya que en base al mismo se recopiló la información disponible.[7]

El NCM registra el comercio exterior de bienes. La información es presentada en XXI secciones, incluyendo dentro de cada una de ellas distintos grupos de productos a los que se le asigna un número, del 1 al 97. A medida que se especifica con mayor grado de detalle el producto registrado, se agregan caracteres en el nomenclador. Un ejemplo facilitará la comprensión de este mecanismo.

La Sección X corresponde a "Pasta de madera o de las demás materias fibrosas celulósicas; papel o cartón para reciclar (desperdicios y deshechos); papel o cartón y sus aplicaciones". Dentro de esta Sección se encuentran tres grupos distintos: el 47 ("Pasta de madera…"), el 48 ("Papel y cartón…") y el 49, denominado "Productos editoriales, de la prensa y de las demás industrias gráficas: textos manuscritos o mecanografiados y planos".

Al interior del grupo 49 aparece la posición 49.01, que comprende: "Libros, Folletos e Impresiones Similares, incluso en hojas sueltas". Dentro de esta posición, se encuentran otras dos, la 49.01.10 ("En hojas sueltas, incluso plegadas"), y la 49.01.9 ("Los demás"). A su vez, dentro de la posición 49.01.9 hay otras dos posiciones: 49.01.91 ("Diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos"), y la posición 49.01.99 ("Los demás"). Gráficamente, se vería de la siguiente manera[8]:



La información, por lo tanto, puede ser presentada con distintos niveles de desagregación. Cuanto más agregada esté (2 dígitos, por ejemplo), más fácil será trabajar sobre ella (habrá que analizar menos registros) y, como contrapartida, el nivel de detalle con que se contará será menor. Por el contrario, un mayor nivel de desagregación (6 dígitos) complejizará el análisis pero también lo hará más preciso.

Los límites de los sistemas estadísticos existentes

Los sistemas de medición estadística presentan limitaciones en su capacidad para reflejar plenamente el funcionamiento del objeto que miden. Las razones son múltiples[9]. Aquí mencionaremos solamente aquellas que se relacionan con la temática cultural.

Las dividiremos en tres grupos:

a) Las limitaciones que surgen de los datos recopilados en este estudio

En el presente estudio se reunieron datos referidos a las industrias culturales nucleares para los años 2005 y 2006. Esto significa, por un lado, que se dejaron de lado el resto de las actividades culturales, cuya importancia no debe ser desestimada en futuras investigaciones. Por otro, y dado lo acotada de la serie histórica (solo abarca dos años), lo que se obtiene es una "foto", que permite ver el comercio exterior de bienes culturales en un momento dado. Si se lograra extender esa serie, se contaría entones con una "película", en donde se podrían analizar las modificaciones ocurridas a lo largo del tiempo, para vincularlas con otros hechos que permiten explicarlas (por ejemplo, una mejora en la balanza comercial de productos culturales puede estar vinculada a una devaluación de la moneda nacional, o a ciertas políticas específicas de un gobierno para preservar la diversidad cultural, entre otras).

Por otro lado, es preciso referirse al nivel de desagregación logrado en los datos recopilados. En este estudio se trabajó con la información a 6 dígitos, mientras que el nomenclador llega, en algunos casos, a una desagregación máxima de 12. De esta manera, los grupos contemplados incluyen en su interior tanto productos culturales como productos que no lo son, o bien productos pertenecientes a distintas actividades culturales, y será imposible para nosotros establecer una delimitación entre ellos[10].

Un ejemplo, mencionado por Gustavo Buquet, asesor del Ministerio de Educación y Cultura del Uruguay, durante la realización del II Seminario, servirá para aclarar este tema.

Buquet comentaba en aquella oportunidad que, analizando el funcionamiento de la industria editorial uruguaya, se habían encontrado con la grata sorpresa de que, en un determinado año, las exportaciones en este rubro habían aumentado muy significativamente respecto del año anterior. Ese aumento quedaba reflejado en la posición 49.01.99, es decir, "Libros, folletos e impresiones similares, incluso en hojas sueltas" (posición 49.01), que no fueran "En hojas sueltas, incluso pegadas" (posición 49.01.1), y que no fueran "Diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos" (posición 49.01.91). *(Ver gráfico más arriba)*

Sin embargo, al hurgar un poco más en detalle se llevó la no tan grata sorpresa de que lo que justificaba ese aumento en la posición 49.01.99 no tenía que ver con un aumento significativo en las exportaciones de libros de autores clásicos uruguayos, y ni siquiera con la exportación de libros, sino con el hecho de que una empresa de telefonía brasilera había mandado a imprimir en el Uruguay las guías que reparte gratuitamente a todos sus abonados, debido a que los cálculos de costos así lo ameritaban. Resultaría difícil, qué duda cabe, justificar que una guía telefónica forma parte de la producción cultural de un país. No obstante, una lectura apresurada de las estadísticas podría llevar a esa conclusión.

---

[6] Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), *Manual del Sistema de Cuentas Nacionales,* 1993.

[7] Si bien el NCM presenta algunas diferencias con el CPC y el CIIU, su lógica de funcionamiento es la misma, por estar todos ellos construidos en función del Sistema de Cuentas Nacionales. Es por eso que todas las consideraciones conceptuales que haremos de ahora en más se aplican a los tres nomencladores.

[8] Con la intención de consensuar una terminología que facilite la lectura de este documento se dirá que el nomenclador a 2 ó 4 dígitos (en el ejemplo anterior, el grupo 49.01 – "Libros Folletos e Impresiones Similares, incluso en hojas sueltas") representa "grandes grupos" de bienes. A medida que se agreguen dígitos en el nomenclador (49.01.1 – "En hojas sueltas, incluso pegadas") se hablará de un "mayor nivel de desagregación" en la información, es decir, más detalles respecto de los productos registrados.

[9] Entre ellas podemos mencionar: la existencia de actividades no registradas (trabajo y producción informal, contrabando, etc.); la imposibilidad para medir constantemente la totalidad del universo de análisis (un censo económico, por ejemplo), lo que se resuelve a través de encuestas que tienen un margen de error; la innovación tecnológica, a partir de la cual se crean nuevos productos y nuevas formas de comercialización que son registradas en los sistemas estadísticos con cierto retraso.

[10] Una explicación detallada de los grupos seleccionados, lo que cada uno de ellos contempla o deja afuera, y de los productos no culturales que quedan incluidos allí, es presentada en el anexo metodológico que figura al final del estudio.

b) Las limitaciones que se relacionan con el funcionamiento del NCM

En este caso, el problema que plantea el sistema de medición vigente es que ninguna de las XXI secciones que lo componen ni de los 97 grupos que se encuentran al interior de las mismas, es definida como específicamente cultural. De esta manera, los bienes culturales deben ser rastreados en grupos y subgrupos pertenecientes a distintas secciones, en una compleja tarea de construcción de nuestro objeto de medición.

A modo de ejemplo, y sin ser exhaustivos, puede decirse que los films y las fotografías se encuentran en un grupo, que está incluido en la Sección VI ("Productos de las industrias químicas y las industrias conexas"); los productos de la industria editorial se encuentran en la Sección X ("Pasta de madera o de las materias fibrosas celulósicas…"); y los productos de la industria fonográfica, por último, se encuentran en la Sección XVI ("Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes").

Para sintetizar lo expuesto: medir el impacto de la cultura en la economía (tanto al interior de cada uno de los países como a nivel del intercambio internacional) es una tarea compleja, ya que los sistemas de medición existentes no fueron construidos a partir de una caracterización previa de la cultura, que permita definir qué productos y qué actividades deberían ser incluidos en su interior[11]. La tarea de reconstrucción del objeto cultural a partir de la observación detallada y pormenorizada de los grupos registrados actualmente es un trabajo importante. Este estudio es un avance en ese sentido.

Por otra parte, en futuros estudios se podrá trabajar en base a datos con un mayor nivel de desagregación, lo que permitirá aislar con mayor precisión los productos culturales del total de la producción existente. No obstante, esto tampoco permitirá llegar a datos totalmente confiables respecto del impacto económico de la cultura. La razón es que, tal como se mencionara anteriormente, el sistema de registro existente no contempla la medición de la cultura como tal. Por lo tanto, e incluso trabajando al máximo nivel de desagregación, será imposible delimitar, por ejemplo, qué parte de las impresiones de una industria gráfica corresponden a libros, qué parte a guías de teléfono, y qué parte a volantes de propaganda de distribución gratuita. Esa información deberá rastrearse por otros caminos.

Esto lleva al tercer grupo de limitaciones:

c) Las limitaciones que se vinculan con la especificidad de la producción cultural.

Aquí se entra en otra discusión, más profunda y conceptual, que tiene que ver con los parámetros utilizados en las mediciones estadísticas, y su capacidad para reflejar la especificidad que caracteriza a los productos culturales.

Estos sistemas fueron construidos en función de una definición tradicional de lo que son las actividades productivas y las manufacturas, que contempla las características "observables" de los objetos: su peso, su tamaño, su longitud y la cantidad de unidades que lo componen. Estos parámetros son muy útiles para cuantificar la producción y el comercio de productos primarios (barriles de petróleo, toneladas de soja, entre otros) y de productos industriales convencionales (cantidad de pantalones, toneladas de acero, etc.). Sin embargo, se revelan como más limitados al momento de analizar los productos de la industria cultural, ya que su valor está vinculado a su contenido intangible más que a su composición física, su extensión o su peso.

Los ejemplos, una vez más, son elocuentes: el valor de las "Películas cinematográficas, impresionadas y reveladas" se registra por peso. La exportación de 10 kilos de cinta cuesta 500 dólares. Es así que el valor de exportación estimado de un largometraje de una hora y media de duración (entre 15 y 20 kilos de cinta) es de entre 750 y 1.000 dólares. Está claro que en ese valor no está representado el costo del proceso de producción de la película, como así tampoco el monto que se recaudará por su exposición ni el costo de los derechos de proyección.

Algo similar sucede con los productos de la industria fonográfica (CDs, DVDs de audio, etc.), en donde el registro se hace por unidad y lo único que se contempla es la diferencia entre CDs "impresionados" (grabados) y "no impresionados" (no grabados). El contenido de los CDs impresionados (sea un software, las obras completas de Bach, o el último disco de la banda de rock de moda) no influye de ninguna manera en el valor monetario que se le asigna.

En estos dos casos es necesario tener en cuenta, además de los elementos de índole conceptual mencionados, cuestiones vinculadas al funcionamiento real de los procesos de comercialización e intercambio. Dado que el comercio exterior suele estar gravado impositivamente, es normal que los agentes subdeclaren el valor de los productos para aumentar los márgenes de rentabilidad de su actividad. Esta práctica se simplifica por la misma limitación de los sistemas de registro que hemos destacado.

[11] Por el contrario, en el Sistema de Cuentas Nacionales se definen 6 sectores productores de bienes: Agricultura, ganadería, caza y silvicultura; Pesca; Explotación de minas y canteras; Industria manufacturera; Suministro de electricidad, gas y agua; Construcción. Está claro que si un investigador quiere medir el impacto de la construcción en el PBI nacional, no tiene más que mirar los datos estadísticos existentes.

Para el caso de los libros, productos característicos de la industria editorial, el patrón de medida utilizado es el peso. Si bien uno podría estimar que el precio de un libro guarda cierta relación con su costo de producción, y por lo tanto con su peso (cantidad y calidad de papel utilizado, calidad de la tapa, entre otros), sigue quedando fuera del registro el valor del contenido intangible del libro.

Por último, y teniendo en cuenta esta distinción entre forma física y contenido intangible de los bienes culturales, es importante mencionar que cuando se registra el origen de una importación, lo que se observa es el país en el que se produjo el bien físico. Sin embargo, esto no nos dice nada respecto del contenido intangible de ese bien. El CD "impresionado" puede provenir del país A, aunque el contenido que transporta haya sido elaborado en el país B (por ejemplo, un CD de Los Beatles que es manufacturado en Taiwán y vendido en la Argentina aparece en los registros estadísticos como una importación de bienes culturales que la Argentina realizada desde Taiwán. O, para complicar aún más el asunto, un libro cuyo contenido fue elaborado en Brasil, fue editado por una empresa alemana, se imprimió en China y salió a la venta en una librería de La Paz, Bolivia…).[12]

LA VALIDEZ DE LA MEDICIÓN

Teniendo en cuenta todas las limitaciones y dificultades que plantea la medición del comercio exterior de bienes culturales, dos preguntas se imponen:

1. ¿Qué se está midiendo realmente en este ejercicio?

2. ¿Qué sentido tiene realizar esta medición, dado el nivel de imprecisión que presenta?

Respecto de la primera pregunta, es preciso remitirse al anexo metodológico. Allí se realiza una descripción detallada y pormenorizada de cada uno de los grupos y subgrupos seleccionados, especificando para cada caso si los bienes incluidos son o no estrictamente culturales. Si al principio de este capítulo se explicitó nuestro objeto de medición, en el anexo se hace explícita la técnica de medición aplicada.

Respecto del sentido de este trabajo, surgen dos consideraciones. En primer lugar, los datos, si bien no tienen un grado de precisión absoluta permiten realizar un acercamiento, tener una aproximación a lo que es el comercio exterior cultural en los países del cono sur de América. Si la alternativa es ninguna información vs. una información aproximada que da cuenta de sus limitaciones, desde luego que se opta por esta última opción.

Además, la información recolectada es en algunos puntos tanto o más precisa que la que relevan instituciones prestigiosas como la UNESCO y el Ministerio de Cultura de España[13].

En segundo lugar, porque se considera que la presentación de resultados, aunque parciales e incompletos, son hitos en el extenso y complejo camino de la generación regional de información estadística sobre la cultura. En las gestiones públicas culturales de los países latinoamericanos no existe una larga tradición en materia de medición cultural, por lo que de alguna manera es necesario "hacer camino al andar" y este tipo de ejercicios, además de generar resultados, comienzan a demarcar un sendero auspicioso para que los Estados latinoamericanos conozcan con mayor profundidad y certeza la realidad cultural sobre la que desean intervenir.

---

[12] Las limitaciones señaladas se vinculan con la medición de bienes. Para el caso de los servicios, no contemplados en este trabajo, el nivel de complejidad y las dificultades son todavía mayores. Entre ellas pueden señalarse, sin ser exhaustivos (ya que esto requeriría un artículo aparte): la inexistencia de marcos de medición internacionalmente aceptados y adoptados; la imposibilidad de medir el comercio intrafirma de las grandes compañías trasnacionales, que explican una parte importante del intercambio de servicios culturales; la dificultad para registrar los derechos de autor y de reproducción de una obra, sobre todo en el caso de que su origen sea el país A pero se esté exhibiendo en el país B.

[13] En el caso de UNESCO, nos referimos al "Marco para Estadísticas Culturales" (FCS, por sus siglas en inglés), realizado por el Instituto de Estadísticas de UNESCO. La metodología allí construida fue utilizada en el trabajo *"Internacional flows of selected Cultural goods and services, 1994-2003"*. Si bien el estudio analiza más países (más de 120 en total), incluye los servicios culturales además de los bienes y contempla algunas ramas que en este ejercicio no se tuvieron en cuenta (patrimonio, artes escénicas y visuales, entre otros), el nivel de desagregación con el que tratan los bienes es menor o igual al utilizado en el presente estudio, ya que oscila entre los 4 y los 6 dígitos.

En tanto que el Ministerio de Cultura de España, en su *"Anuario de Estadísticas Culturales 2007"*, presenta un capítulo dedicado a comercio exterior de bienes y servicios culturales. Para el caso de los bienes (que es lo que interesa en esta oportunidad), si bien incluye algunos rubros que no están contemplados en este informe (incluye bienes pertenecientes a la rama de las artes plásticas como pintura, grabados, escultura y antigüedades), trabaja con un nivel de desagregación menor: 4 ó 5 dígitos.

En comparación con ambos estudios, el hecho de que este trabajo haya puesto el eje en los países de nuestro continente, permitió analizar en detalle cuestiones como el origen y el destino de los productos, su composición según distintas clasificaciones que se fueron construyendo, y el papel que el comercio exterior cultural juega en la inserción internacional de los países de la región. De alguna manera, podría decirse que lo que se perdió en extensión se ganó en profundidad.

NUEVAS MEDICIONES: HACIA UNA CUENTA SATÉLITE DE CULTURA

Teniendo en cuenta las limitaciones y dificultades actualmente existentes en el proceso de generación de información fidedigna respecto de la dinámica cultural, pero también la importancia crucial que esta herramienta tendría para las gestiones públicas de cultura en nuestros países, es que se considera necesario avanzar en la generación de nuevos ejercicios y en la construcción de nuevas herramientas de medición.

La más acabada de todas ellas es la Cuenta Satélite de Cultura. El adjetivo de Satélite hace referencia a que su construcción gira en torno a los conceptos, definiciones, clasificaciones y reglas contables del Sistema de Cuentas Nacionales. Para su construcción, se realiza un trabajo de investigación y selección de las actividades caracterizadas como culturales, para generar a partir de ellas sistemas que permitan medir tanto la producción cultural como el consumo, el empleo, el gasto y las cadenas de valor de cada una de las actividades seleccionadas.

Sin embargo, y dado que no toda la información necesaria está disponible en el Sistema de Cuentas Nacionales, es fundamental acompañar el trabajo con investigaciones y encuestas puntuales, de carácter cualitativo y cuantitativo, que provean la información complementaria necesaria.

Algunas posibles líneas de investigación para tener en cuenta a nivel regional son:

- Estudios con mayor nivel de profundidad y extensión temporal respecto del comercio exterior de bienes y servicios culturales, a partir de las problemáticas que surjan de la lectura de los datos presentados aquí.
- Estudios más específicos sobre el impacto económico y social de cada una de las industrias nucleares en los distintos países de la región.
- Estudios que midan la concentración y transnacionalización de las industrias culturales en cada uno de los países y en la región.
- Estudios que permitan medir la dependencia tecnológica de las industrias productoras de bienes y servicios culturales y la dependencia de nuestros países en cuanto a contenidos culturales.
- Estudios sobre el acceso a los productos culturales y la participación de la población en su generación.
- Estudios sobre indicadores culturales.

Desde ya que esto es solo una propuesta. Cualquier estudio que se lleve adelante deberá ser discutido y consensuado según los intereses y las posibilidades de los distintos países involucrados.

CAPÍTULO 2:
MAGNITUD DEL COMERCIO EXTERIOR DE BIENES CULTURALES

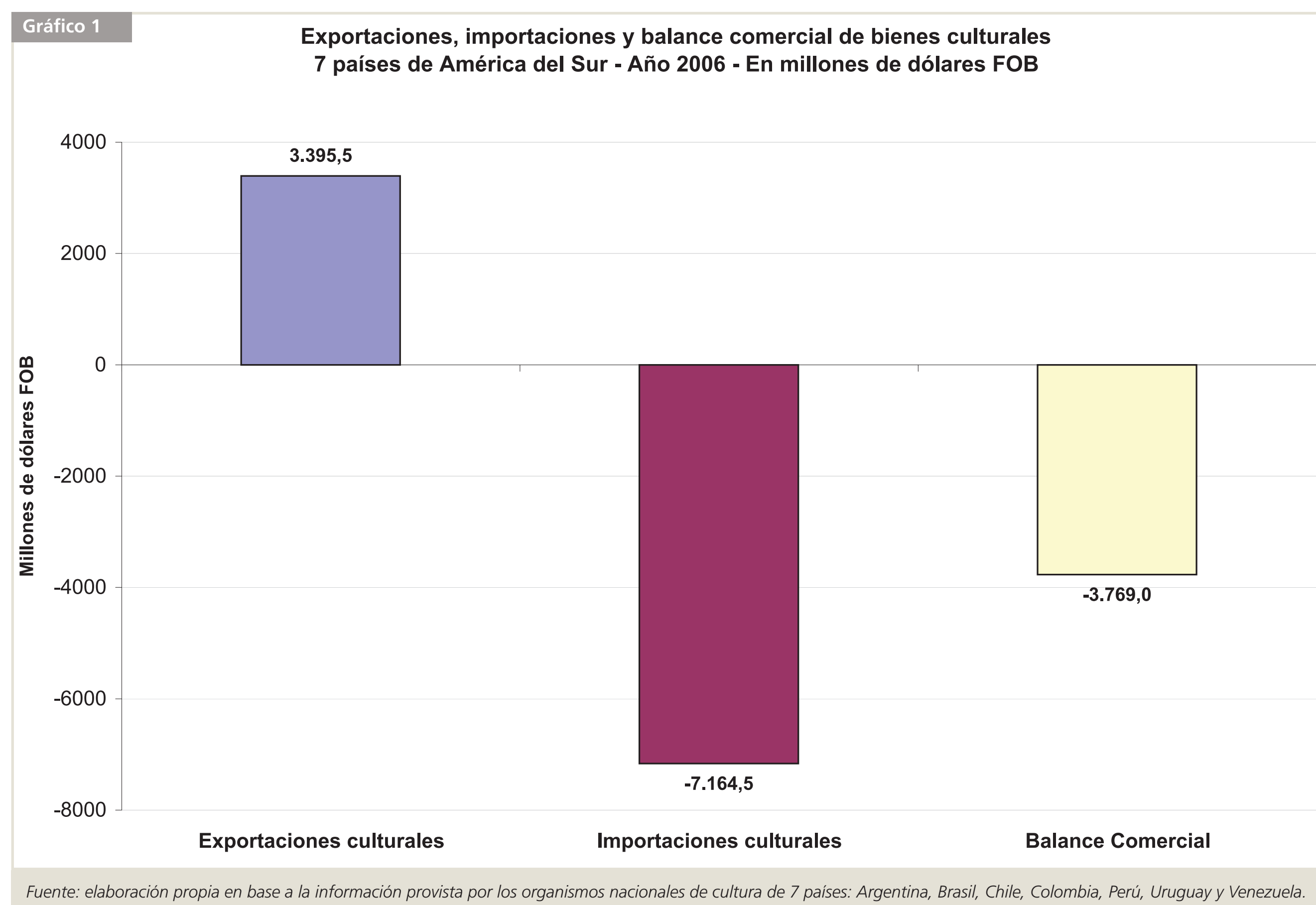
El procesamiento de la información recogida permite analizar la magnitud y el comportamiento del comercio exterior de bienes culturales en los siete países que realizaron el ejercicio de medición. Así, en primer lugar se observará de manera general cuál es el monto total de las transacciones de este tipo de bienes en la región, para luego detenerse a comparar las diferentes situaciones nacionales.

De esta forma, el *Gráfico 1* presenta de manera agregada para los siete países analizados, el monto total de exportaciones e importaciones de bienes culturales y el balance comercial para el año 2006.

Así, puede observarse que el monto total de exportaciones asciende a 3.396 millones de dólares, mientras que el de importaciones llega a 7.165 millones. En consecuencia, el balance comercial es claramente deficitario, alcanzando a un monto negativo de 3.769 millones de dólares. Se puede ver, por lo tanto, que las importaciones de bienes culturales de estos siete países duplican aproximadamente en monto a las exportaciones culturales (exactamente, las importaciones representan 2,11 veces las exportaciones).

Sin embargo, al analizar la misma información (exportaciones, importaciones y balance comercial de bienes culturales, para el año 2006) pero desagregando los datos para cada uno de los países relevados, nos encontramos con situaciones dispares *(ver Gráfico 2)*.

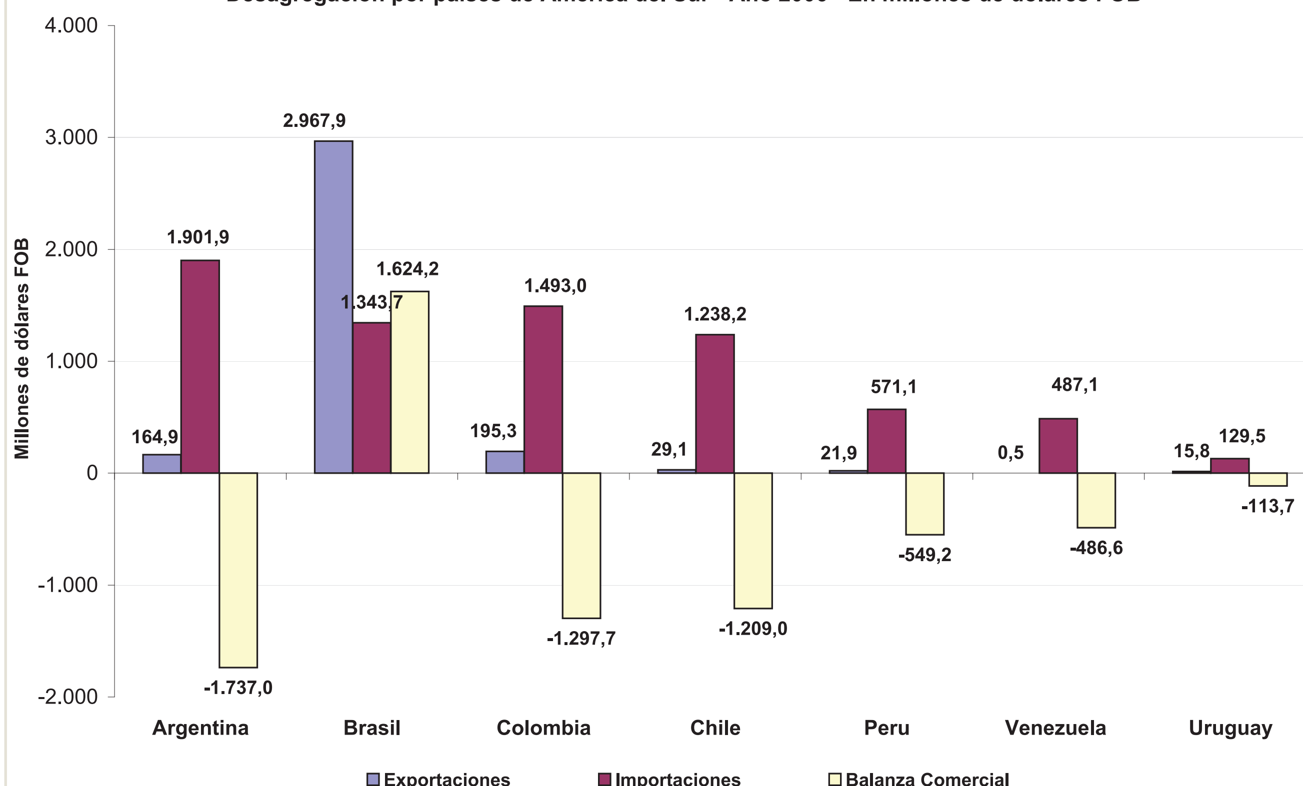
Gráfico 1



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 2

Exportaciones, importaciones y balance comercial de bienes culturales
Desagregación por países de América del Sur - Año 2006 - En millones de dólares FOB



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Respecto de las exportaciones, sobresale claramente el caso de Brasil, con un total de 2.967,9 millones de dólares. Este monto representa aproximadamente 15 veces el valor total de las exportaciones de Colombia (195,3 millones) y 18 veces las de Argentina (164,9 millones), los dos países que le siguen en orden de magnitud. Más atrás se ubican Chile (29,1 millones), Perú (21,9 millones) y Uruguay (15,8 millones). Por último, y con un monto sensiblemente menor, se ubica Venezuela (0,5 millones).

En cuanto a las importaciones, se destaca la Argentina, con un total de 1.901 millones de dólares, seguido de cerca por Colombia (1.493 millones), Brasil (1.343,7 millones) y Chile (1.238,2 millones). Más atrás, se ubican Perú (571,1 millones) y Venezuela (487,1 millones), observándose por último a Uruguay, con 129,5 millones de dólares.

En función de estos dos datos se configura el balance comercial, en donde nuevamente se destaca el caso de Brasil, por ser el único país que presenta un balance superavitario (1624,2 millones de dólares). Argentina presenta el déficit de mayor magnitud (-1.737 millones), seguido por Colombia (-1.297,7 millones) y Chile (-1.209 millones). Más atrás se encuentran Perú (-549,2 millones) y Venezuela (-486,6 millones), siendo Uruguay el país que presenta el menor déficit (-113,7 millones).

Además, esta información permite examinar la relación entre ambas transacciones en cada país, a partir del análisis de las importaciones como proporción de las exportaciones.

En primer lugar, se destaca el caso de Venezuela: el monto de las importaciones representa 907 veces el de las exportaciones. Esto se explica no tanto por el volumen de las importaciones, sino por el reducido monto de las exportaciones. En el caso de Chile, las importaciones representan 42 veces las exportaciones, y 26 veces en el caso de Perú. Más atrás se ubican la Argentina (11 veces), Uruguay (8 veces) y Colombia (8 veces). Nuevamente, el caso de Brasil es particular, porque la relación se invierte en comparación con los otros países: las importaciones representan menos de la mitad de las exportaciones.

Se observan entonces situaciones diferentes en cada país, las cuales varían sensiblemente tanto en lo que respecta a los volúmenes de comercialización como en los signos positivos o negativos del balance comercial.

CAPÍTULO 3:
PARTICIPACIÓN DE LOS BIENES CULTURALES EN EL COMERCIO EXTERIOR

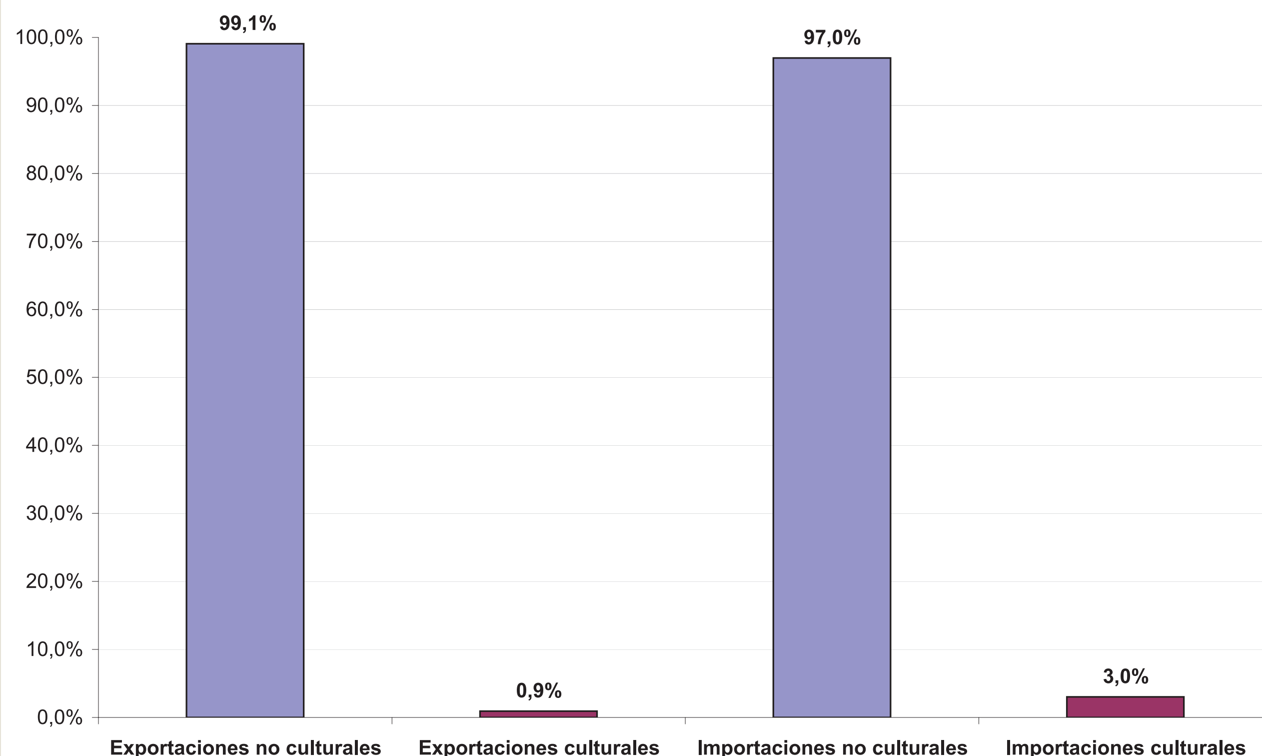
Para conocer la incidencia que adquieren los bienes culturales sobre el total del intercambio comercial de los siete países analizados, se observará en primer lugar su magnitud porcentual para el agregado regional *(ver Gráfico 3)*.

De esta manera, el gráfico muestra que, en términos porcentuales, la participación de las importaciones de bienes culturales sobre el total de importaciones de los países seleccionados triplica al de las exportaciones (3,03% sobre el 0,94%, respectivamente).

En primera instancia, ello llevaría a pensar que se importan más bienes culturales de los que se exportan, lo cual se confirma si se recuerda el déficit comercial que muestra la región (*Gráfico 1*).

Ahora bien, nuevamente la situación se muestra variada si se analiza dicha participación en cada uno de los países por separado.

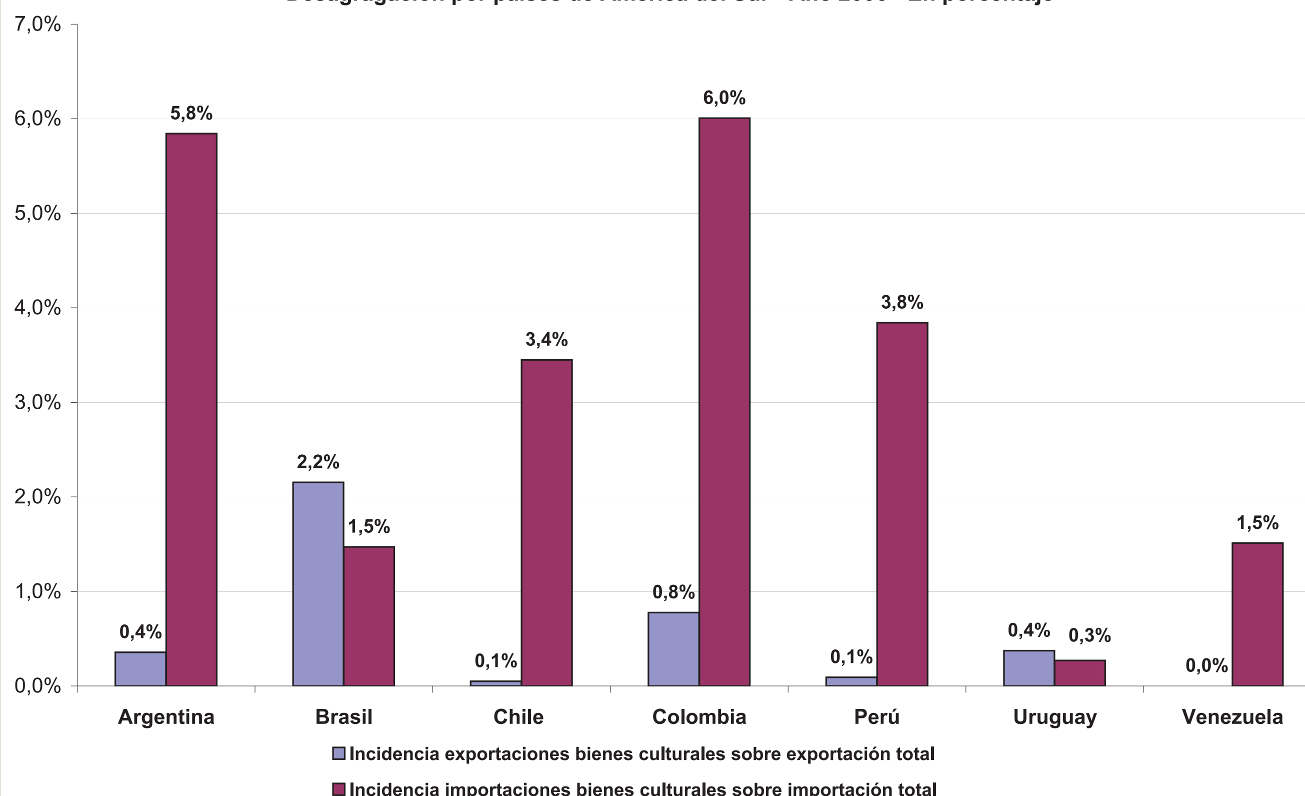
Gráfico 3



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 4

Exportaciones e importaciones de bienes culturales: incidencia sobre el comercio exterior
Desagragación por países de América del Sur - Año 2006 - En porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

En el *Gráfico 4* puede observarse que, respecto a las exportaciones, la participación más significativa de los bienes culturales se encuentra en el caso de Brasil (2,2% del total exportado). Un poco más lejos se ubica Colombia, donde el monto exportado de bienes culturales explica el 0,8% del total de las exportaciones anuales del país. En un tercer lugar se encuentran Uruguay y Argentina con el 0,4%. Por último, en Chile, Perú y Venezuela, la incidencia de la cultura en el total exportado nacional en el año 2006 no llega a alcanzar el 0,1%.

Por el contrario, si se analizan las importaciones, el escenario cambia notablemente: destacan los casos de Colombia y Argentina, donde el peso de las importaciones de bienes culturales ronda el 6% en el año 2006. Esto quiere decir que por cada U$S 100 importados en estos dos países, aproximadamente U$S 6 corresponden a bienes culturales de distintos tipos. Los casos de Chile y Perú –y en menor medida Uruguay- muestran una participación cultural en el total de las importaciones de casi la mitad: 3,8%, 3,4% y 2,7%, respectivamente. En tanto que en Venezuela y Brasil el peso de las importaciones se reduce al 1,5%.

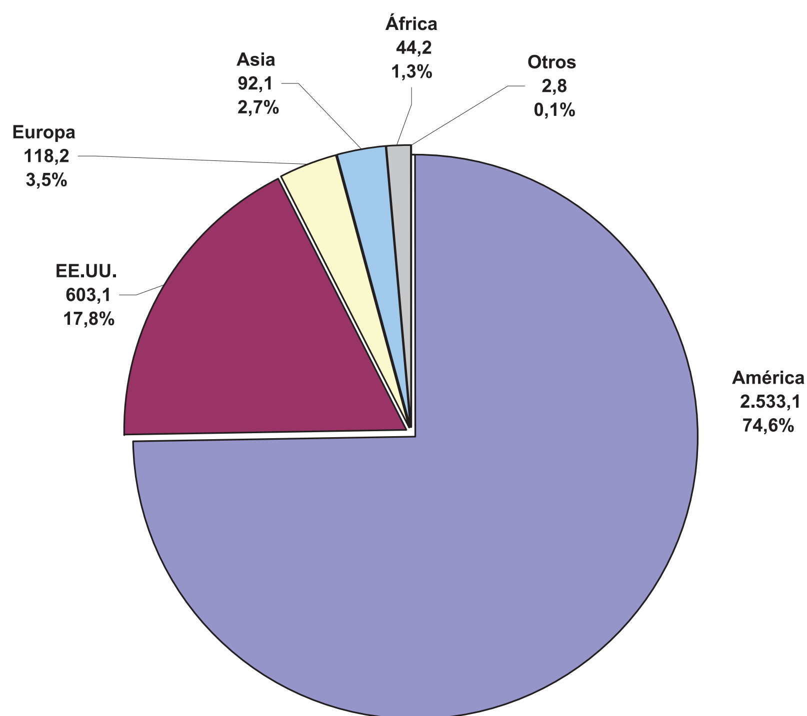
CAPÍTULO 4:
ORIGEN Y DESTINO DEL INTERCAMBIO INTERNACIONAL DE BIENES CULTURALES

Afortunadamente, los siete países que realizaron este ejercicio de medición de comercio exterior de bienes culturales registraron con el máximo detalle los países de origen (para el caso de las importaciones) y de destino (para el de las exportaciones) de los bienes culturales comercializados. A partir de esta información es posible conocer el flujo comercial de la región con otros continentes en materia de cultura, así como profundizar en el conocimiento de los intercambios que se desarrollan al interior de América Latina.

De esta manera, el *Gráfico 5* muestra que las exportaciones de la región se encaminan primordialmente al resto de América Latina. En efecto, el continente americano -excluyendo a los EE.UU.- recibe tres cuartas partes (75%) de las exportaciones realizadas por los 7 países estudiados. Es decir, la gran mayoría de las transacciones se realiza entre los países de América Latina y Canadá. En segundo lugar, sobresale la venta de bienes culturales a los EE.UU., país que explica el 17,7% de las ventas de éstos países al exterior.

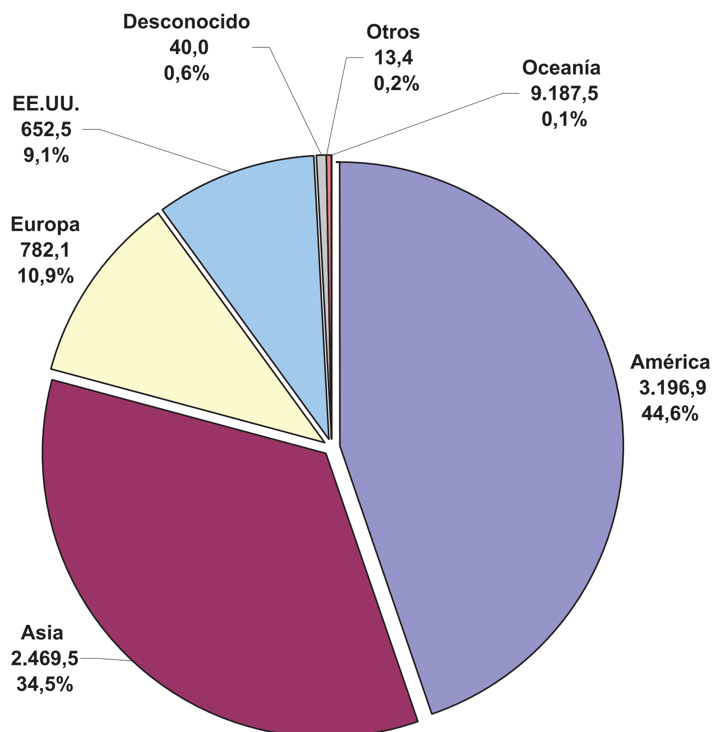
Gráfico 5

Exportaciones de bienes culturales según continente o país de destino
7 países de América del Sur - Año 2006 - En millones de dólares FOB y en porcentaje



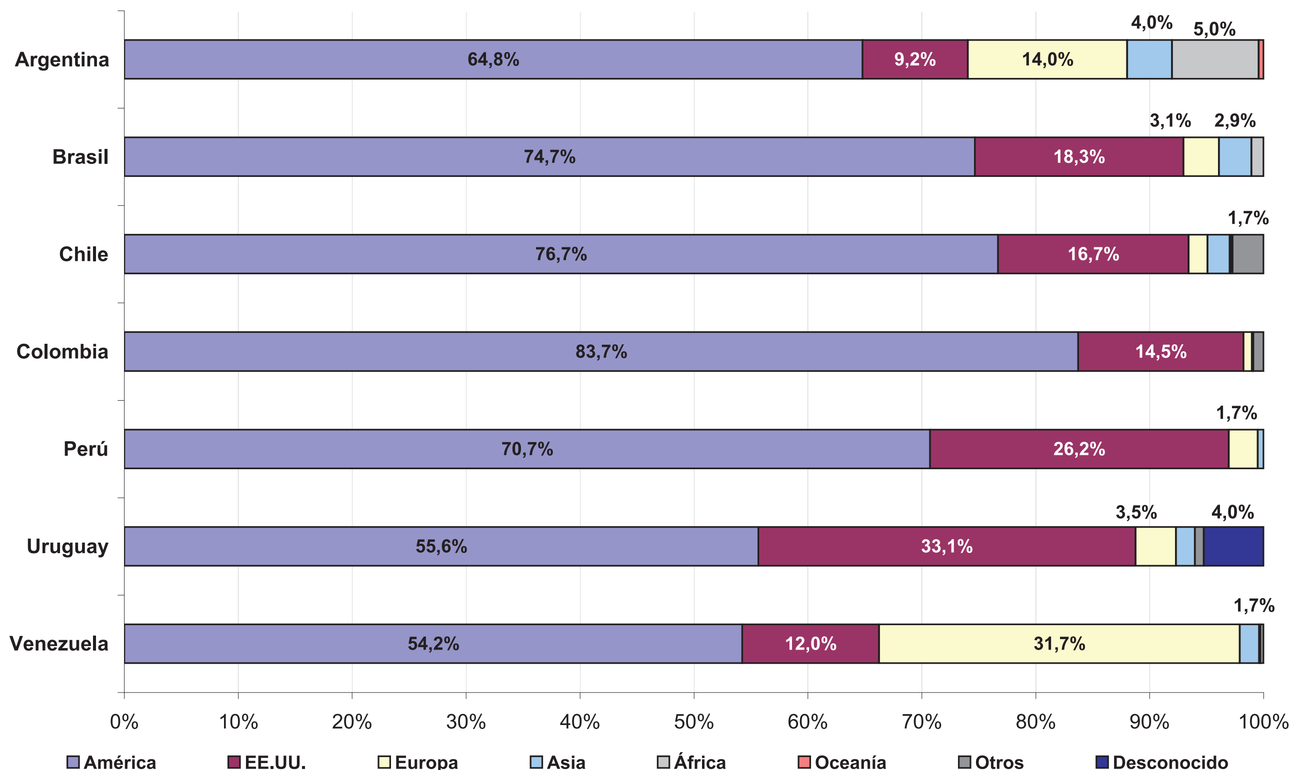
Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 6



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 7



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Respecto a las importaciones en la región *(Gráfico 6)*, se observa una distribución más heterogénea en la incidencia de los diferentes continentes. Mientras baja el peso del continente americano (45% América Latina y Canadá, y 9% EE.UU.), sube la participación fundamentalmente de Asia (llega a explicar una tercera parte del total) y, en menor medida, de Europa, que explica poco más del 10% del total importado por los 7 países en el año 2006.

Ahora bien, si se analizan comparativamente los lugares de destino y origen para cada uno de los siete países analizados, es posible identificar algunas diferencias.

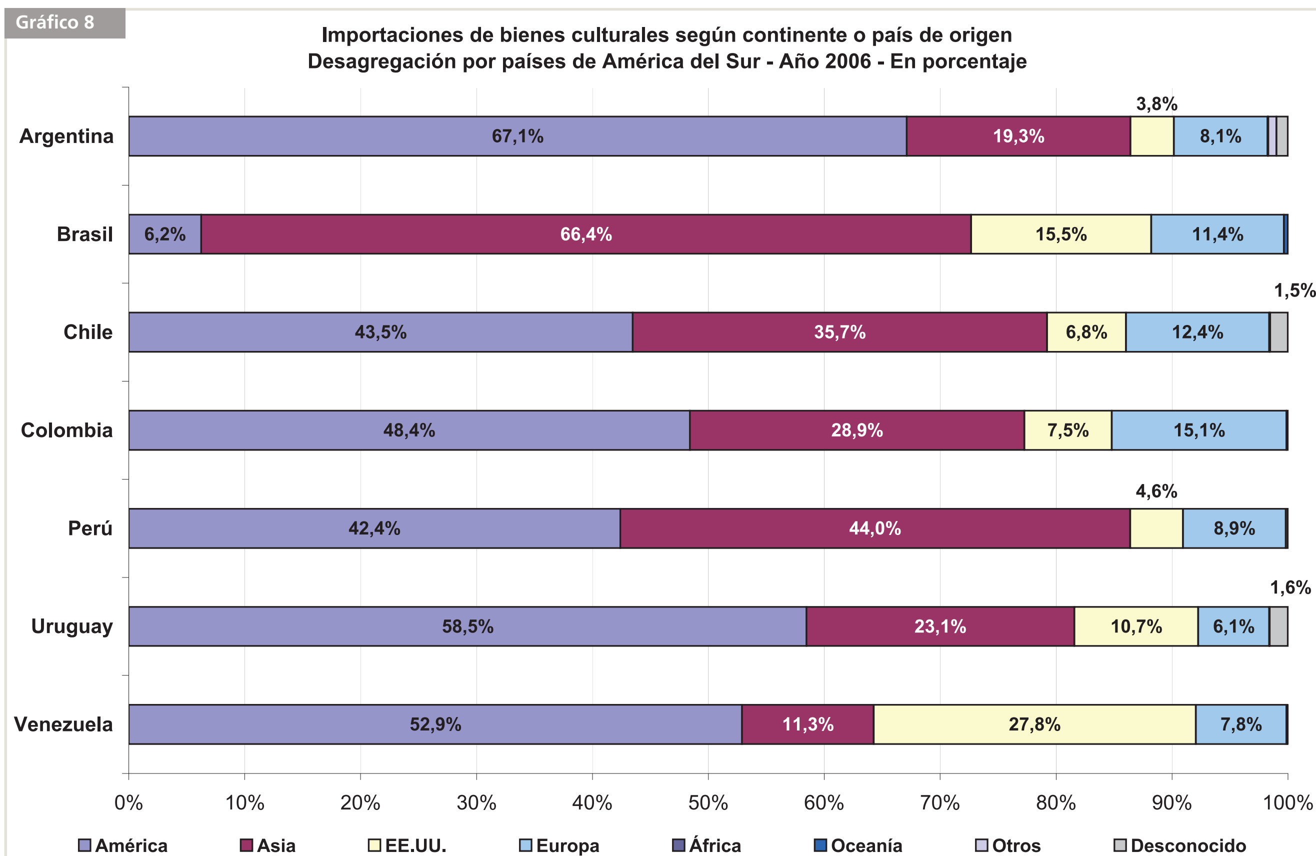
Tal como puede observarse en el G*ráfico 7*, en todos los países se mantiene la preponderancia de las exportaciones dentro del continente americano, las cuales explican porcentajes similares al observado a nivel regional (75%). Sólo en Colombia la incidencia es algo mayor (83%), al tiempo que en países como Argentina, Venezuela y Uruguay, el porcentaje de exportaciones hacia el continente americano -excluido EE.UU.- es bastante menor al promedio regional (65%, 55% y 54%, respectivamente).

Particularmente, respecto a las exportaciones hacia EE.UU., sobresalen por arriba de la media regional (17%), Uruguay, con una tercera parte de sus exportaciones dirigidas a ese país y Perú, con aproximadamente un cuarto. Por último, es preciso recalcar -aunque se trata de un monto muy pequeño, que puede variar año a año- que el 30% de los bienes exportados por Venezuela, en 2006, tuvieron como destino Europa, cuando el promedio regional no llega al 4%.

En relación a las importaciones *(Gráfico 8)* Brasil aparece como el caso diferenciado, por la bajísima incidencia que tiene América en sus importaciones: apenas un 6,2% de los bienes provienen de allí, mientras que en los restantes países esta participación oscila entre el 42% (Perú) y el 67% (Argentina). Como contrapartida, aumenta fuertemente la incidencia de las importaciones que Brasil realiza desde el continente asiático: el 66% de los montos importados tienen ese origen, mientras que en los restantes países la participación de este continente oscila entre un máximo de 44% en Perú, a un mínimo del 11% en Venezuela.

La incidencia de los EE.UU. como país de origen de bienes culturales es especialmente significativa en Venezuela y en Brasil: casi el 28% de los montos totales, en el primer caso, y más del 15%, en el segundo, provienen de ese país, lo que supera holgadamente el 9% observado a nivel regional. En el resto de los países los porcentajes se mantienen cerca del promedio regional.

El impacto de Europa sobre las importaciones, ya resaltado más arriba, es especialmente importante en el caso de Colombia donde llegan al 15%, duplicando los montos provenientes de EE.UU. El resto de los países oscilan alrededor del promedio regional del 11%.



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

CAPÍTULO 5:
EL INTERCAMBIO COMERCIAL CULTURAL AL INTERIOR DE AMÉRICA LATINA

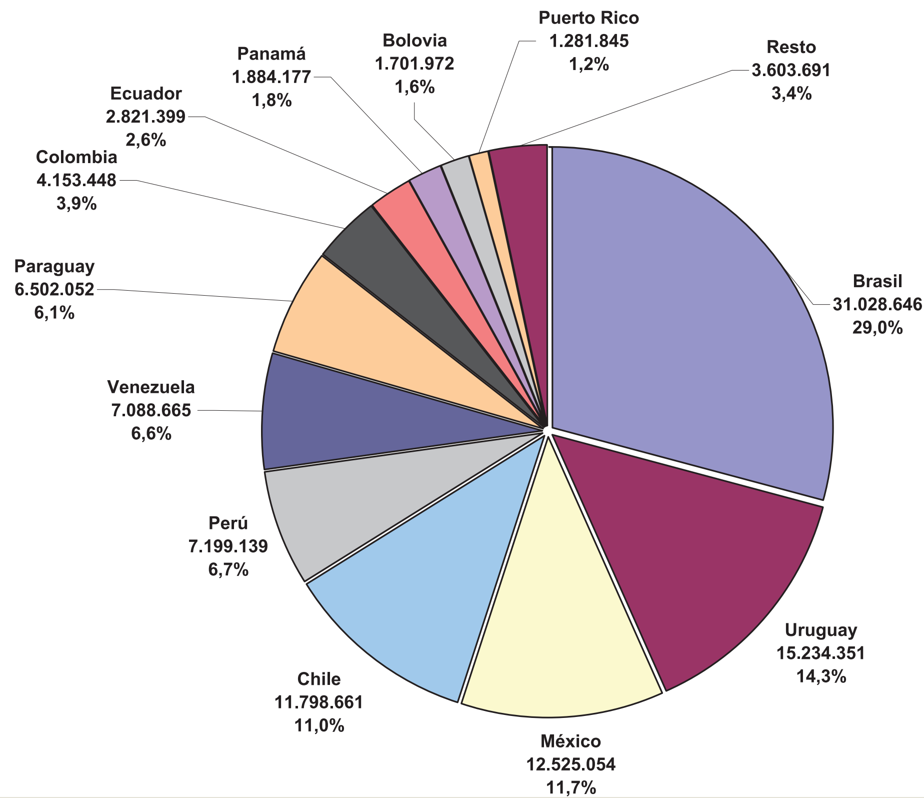
Una vez revisados los continentes de origen y destino del comercio exterior cultural de los 7 países, se decidió profundizar la mirada sobre el comercio intrarregional, de manera de poder conocer con mayor detalle las transacciones culturales entre las Naciones latinoamericanas. En consecuencia, se seleccionaron únicamente los montos comercializados al interior del continente americano (exceptuando los EE.UU.), para presentar los países de origen y destino de los bienes culturales comercializados por los 7 países analizados.

ARGENTINA

Al analizar la información para el caso argentino *(Gráficos 9 y 10)*, puede observarse una marcada diferencia: mientras tan sólo dos países explican casi la totalidad de las importaciones (Brasil y México, con el 59,5% y el 38% respectivamente), para el caso de las exportaciones hay una notoria diversificación regional en relación a la participación de los países de destino.

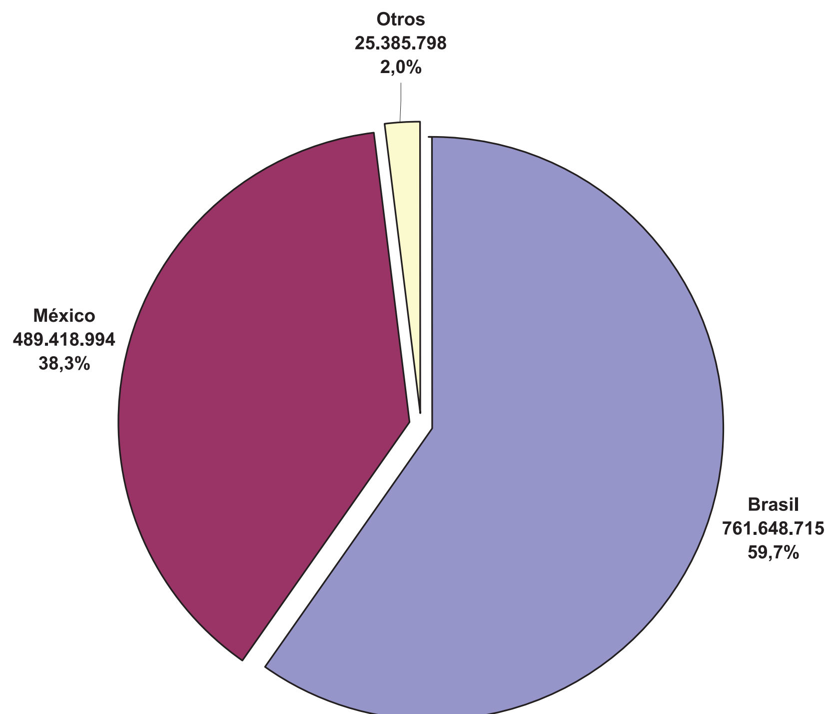
Al respecto, es importante señalar que la incidencia de México y Brasil es notoriamente menor para las exportaciones: México solo explica el 11,7%, mientras que Brasil el 29%. Tres países limítrofes -Uruguay (14%), Chile (11%) y Paraguay (6%)- explican poco menos de una tercera parte de las exportaciones culturales argentinas en 2006.

Gráfico 9



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 10



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

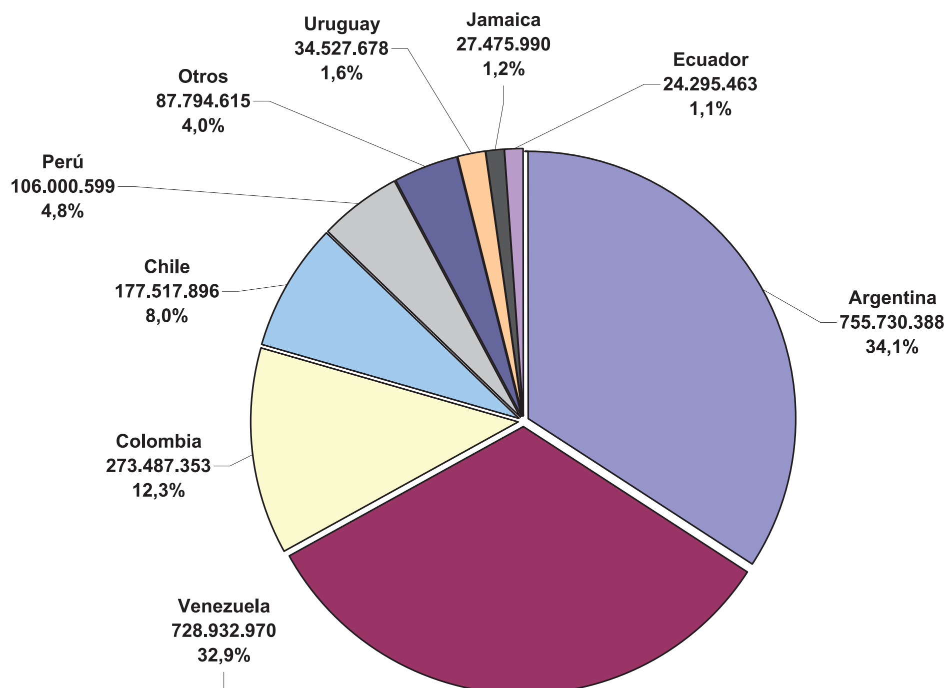
BRASIL

Respecto de Brasil *(Gráficos 11 y 12)* debe señalarse, en primer lugar, la fuerte incidencia que tiene la Argentina como país de origen y destino, con una participación cercana en ambos casos a la tercera parte. Siguiendo con las exportaciones, se destaca también Venezuela, país que recibe un tercio de los totales exportados por Brasil. Entre los países restantes sobresale la participación de Colombia (12%), Chile (8%) y, en menor medida, Perú (5%), lo que configura un mercado de exportación regional significativamente más concentrado que en el caso argentino.

En relación a las importaciones, la gran mayoría de los bienes culturales importados provinieron desde México y Argentina (48% y 35%, respectivamente). Si se suma la participación de Canadá (9,5%), entonces, estos tres países acaparan el 95% de las importaciones culturales a Brasil. Se observa así una importante concentración regional en el origen de estos bienes, aunque menor que para la Argentina.

Gráfico 11

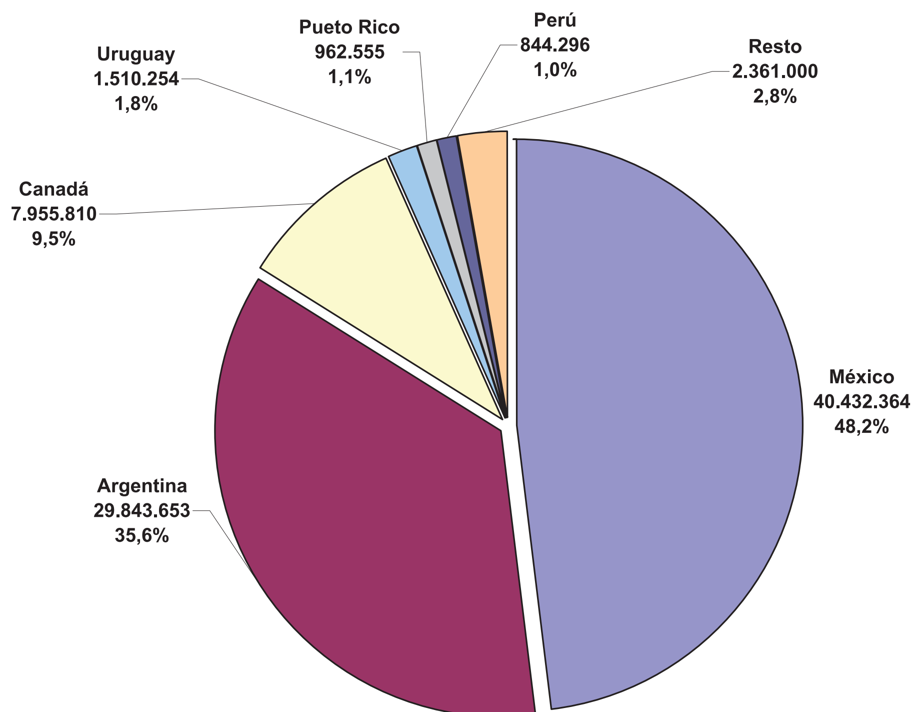
Exportaciones culturales según destino - Distribución dentro de América
Brasil - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 12

Importaciones culturales según origen - Distribución dentro de América
Brasil - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

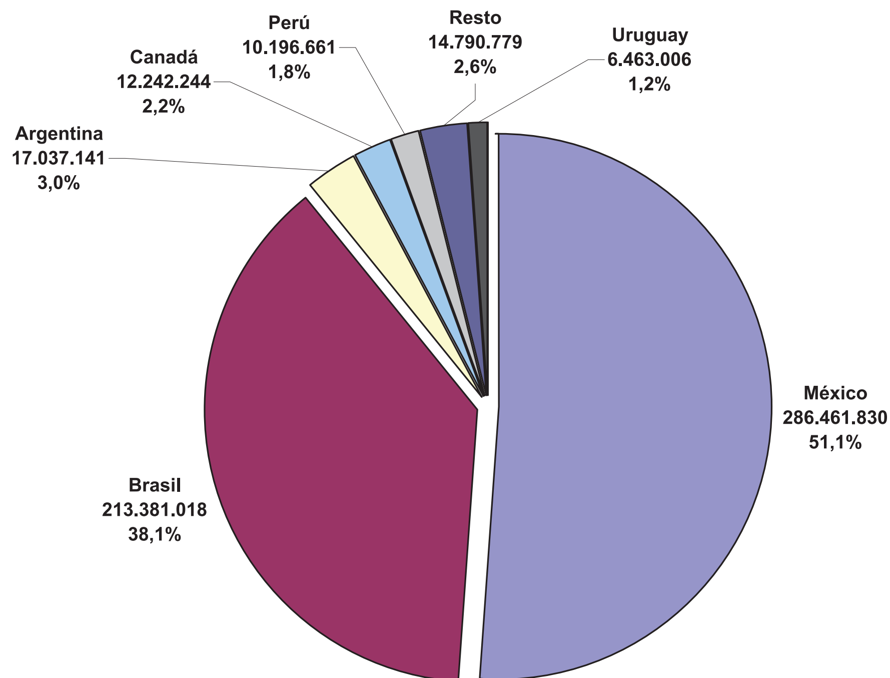
CHILE

México y Brasil son el destino de U$S 9 de cada U$S 10 exportados en materia cultural por parte de Chile *(Gráfico 13)*. El 10% restante se divide de forma relativamente equitativa entre varios países, fundamentalmente Argentina, Canadá, Perú y Uruguay, consolidándose un modelo de exportaciones regionales fuertemente concentrado.

En cambio, si se analiza las importaciones chilenas *(Gráfico 14)* puede observarse, en primer lugar, una gran diversificación en el peso participativo de algunos países de la región. En segundo lugar, debe resaltarse que una cuarta parte de las importaciones americanas proviene del vecino Perú (26%). El segundo importador es precisamente, otra nación vecina, la Argentina, que explica el 17% de las transacciones importadas. En un tercer plano se encuentra México (12%), un actor insoslayable en el comercio exterior cultural de la mayoría de las naciones. Por último, Ecuador, Brasil, Colombia, Bolivia, Paraguay y Costa Rica se reparten -de modo relativamente equitativo (entre un 6% y un 3% del total)- el resto de las importaciones.

Gráfico 13

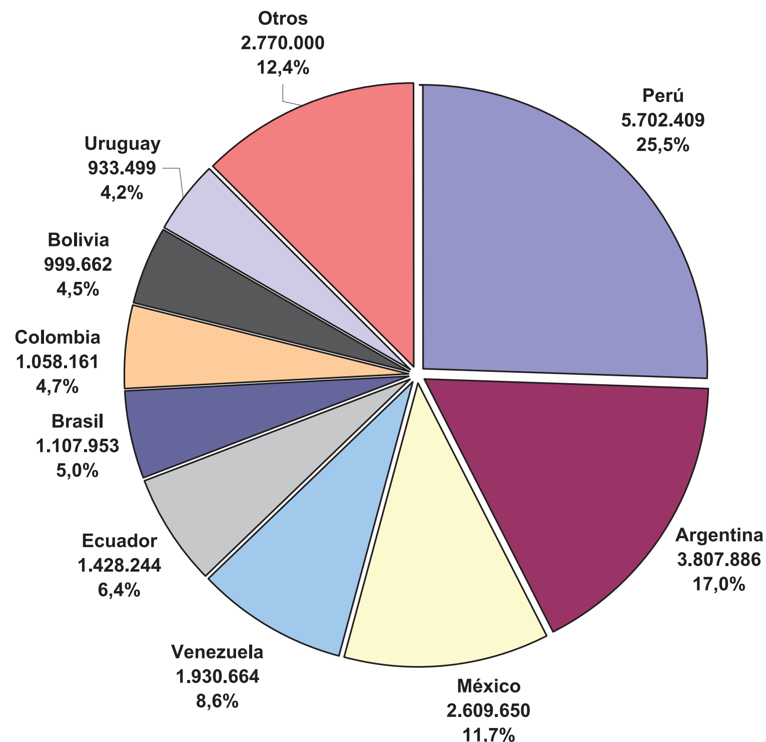
Exportaciones culturales según origen - Distribución dentro de América
Chile - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 14

Importaciones culturales según origen - Distribución dentro de América
Chile - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

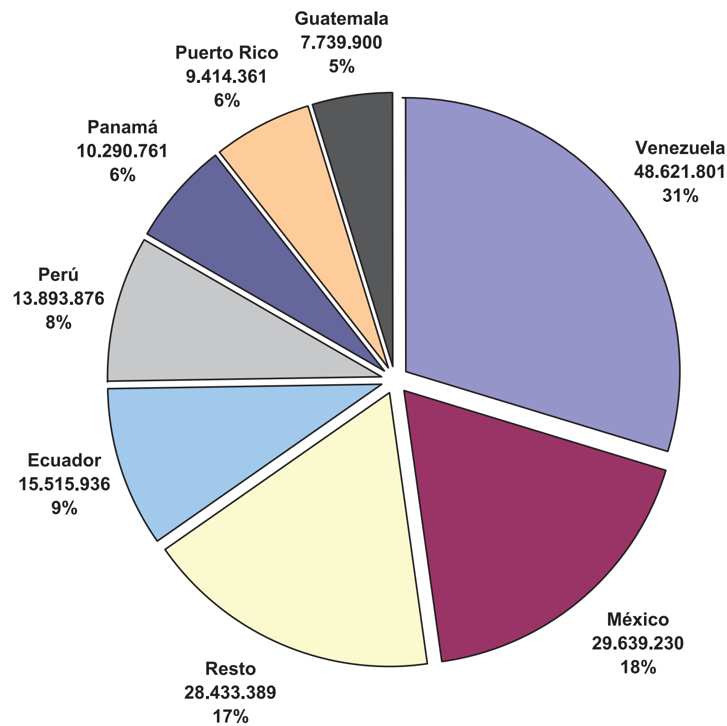
COLOMBIA

En el caso de Colombia, el panorama en las exportaciones de bienes culturales se presenta diversificado, dado que aquellas se distribuyen entre una mayor cantidad de países: Venezuela compró el 30% y México el 18% del total exportado en 2006. En un tercer plano, un grupo de países de sur y centro América (Perú y Ecuador; Panamá, Puerto Rico y Guatemala) llegaron a aglutinar cerca del 35% del citado total *(Gráfico 15).*

En cuanto a las importaciones culturales colombianas, aparece México en primer lugar *(Gráfico 16)*, explicando casi el 70% de los montos totales. Bastante más atrás aparece Brasil, de donde proviene más de ¼ del total, lo que indica que un 96% de las importaciones regionales se encuentran concentradas en dos países.

Gráfico 15

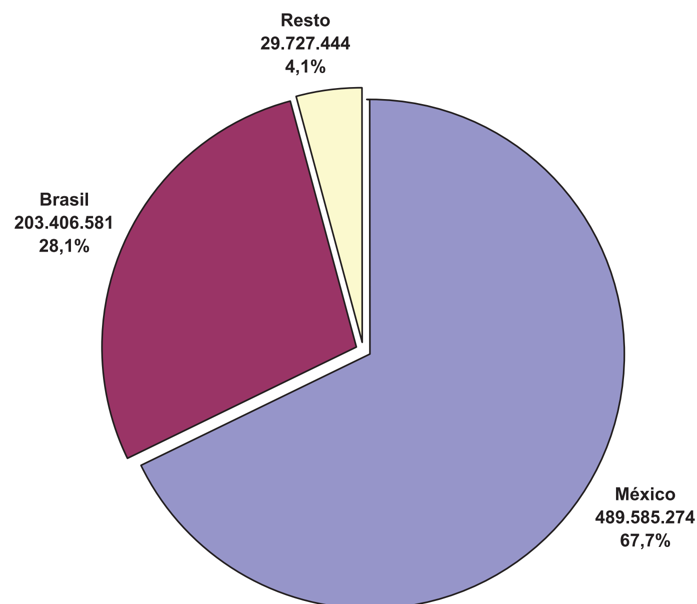
Exportaciones culturales según destino - Distribución al interior de América
Colombia - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 16

Importaciones culturales según origen - Distribución al interior de América
Colombia - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

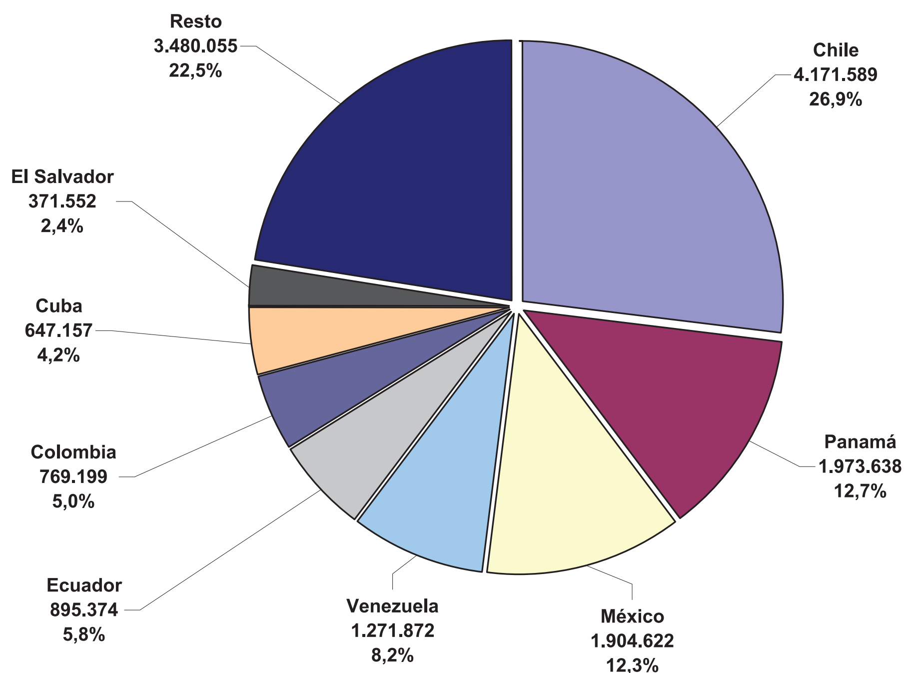
PERÚ

Las exportaciones de bienes culturales realizadas por Perú *(Gráfico 17)* muestran un importante grado de diversificación regional: Chile, el país más demandante de los productos culturales peruanos durante 2006, llegó a explicar un 27% de los totales exportados. Casi una cuarta parte del total (21%) es explicado por México y Ecuador, mientras que las transacciones restantes se distribuyen en un sinnúmero de países.

Lo contrario se observa en el caso de las importaciones *(Gráfico 18)*, en donde Brasil y México concentran más del 90% de los totales recibidos, repartidos en partes casi idénticas.

Gráfico 17

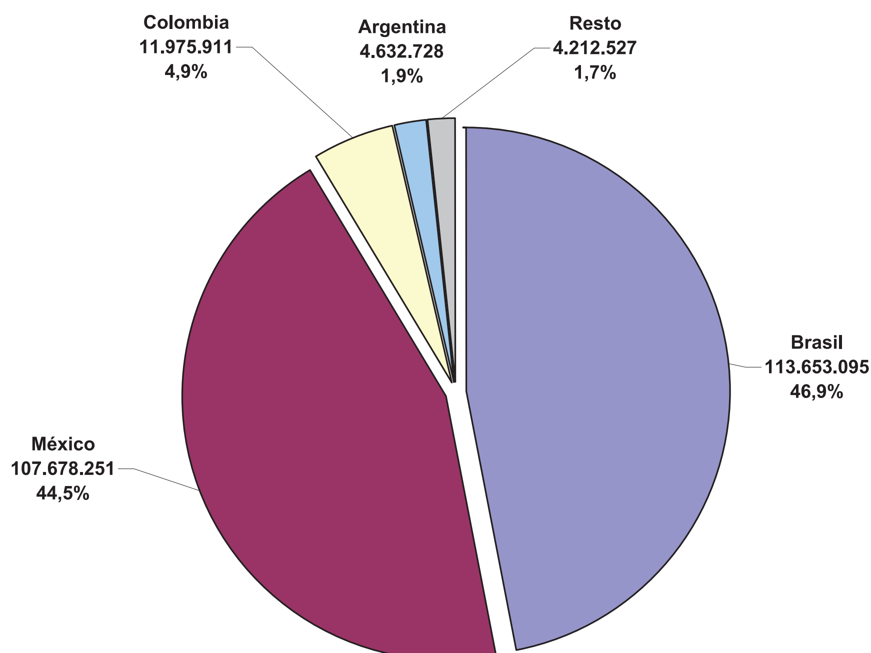
Exportaciones culturales según destino - Distribución al interior de América
Perú - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 18

Importaciones culturales según origen - Distribución dentro de América
Perú - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

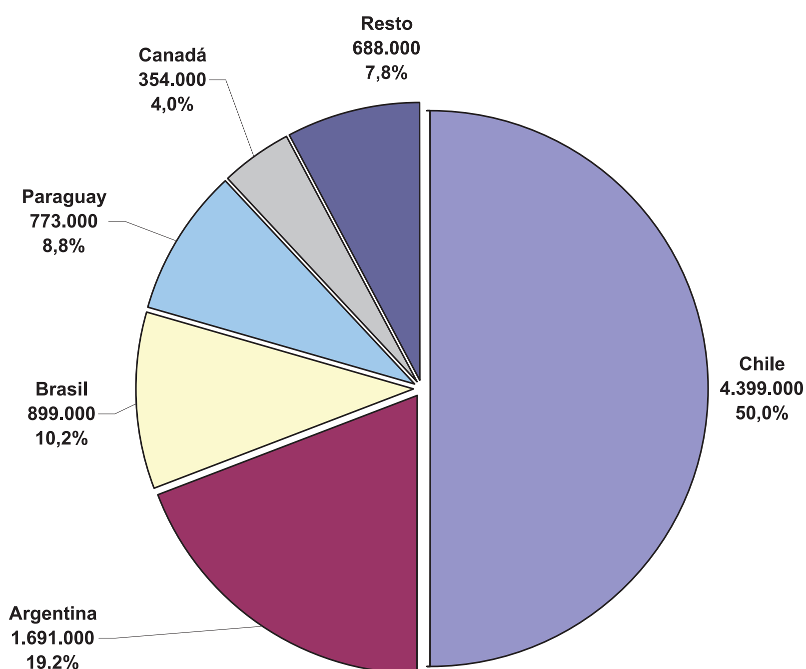
URUGUAY

En lo que respecta al comercio exterior cultural del Uruguay, llama la atención que U$S 5 de cada U$S 10 exportados durante 2006 hacia la región hayan tenido a Chile por destino *(Gráfico 19)*. La Argentina se ubicó bastante más atrás como segundo país en importancia, con un 20% de total. Brasil y Paraguay explican, cada uno, cerca de 10% de los montos exportados.

Si el destino de las exportaciones uruguayas es bastante homogéneo, el origen de las importaciones lo es aún más: tan sólo Brasil y México, con el 60% y el 34% del total respectivamente, concentran el 94% de los bienes culturales importados por Uruguay desde el continente americano en el año 2006 *(Gráfico 20)*.

Gráfico 19

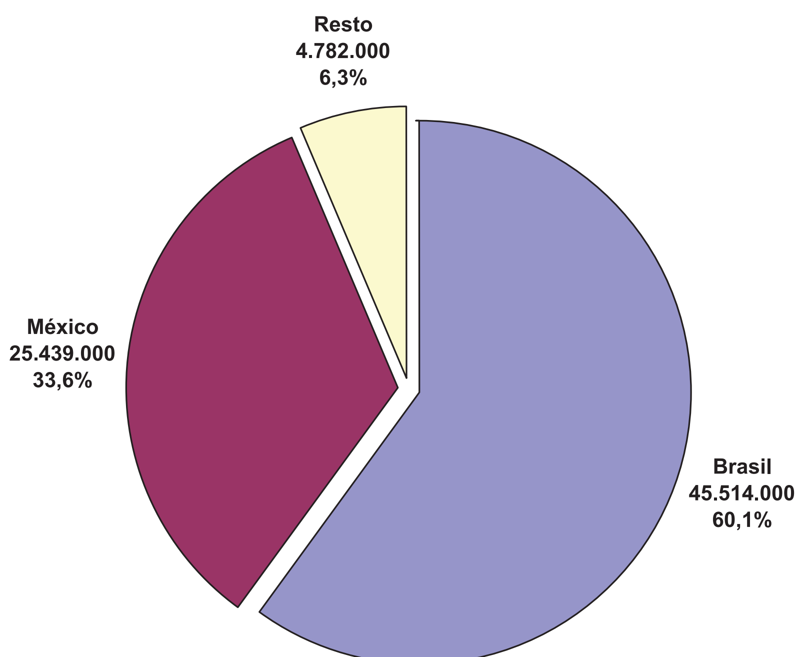
Exportaciones culturales según destino - Distribución al interior de América
Uruguay - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 20

Importaciones culturales según destino - Distribución al interior de América
Uruguay - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

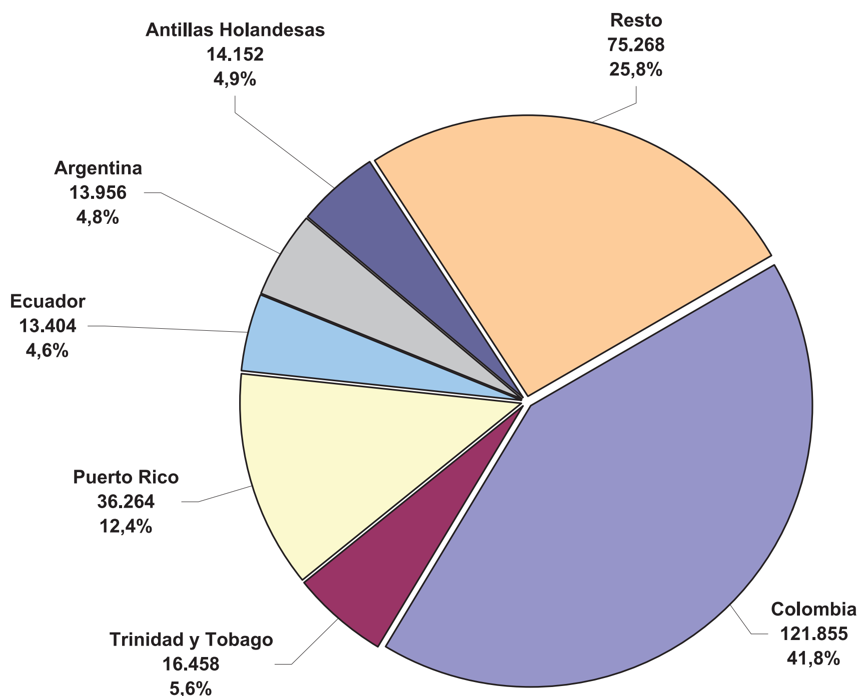
VENEZUELA

Las exportaciones de bienes culturales realizadas por Venezuela hacia la región americana *(Gráfico 21)* se concentran fuertemente en Colombia, que recibe el 41% del total. México le sigue en un lejano segundo puesto, con un 12%. A partir de allí, una gran cantidad de países reciben pequeños montos.

Al analizar las importaciones de este país *(Gráfico 22)* aparece en un lugar muy destacado (y novedoso respecto a lo observado en los restantes países) Panamá, explicando el 55% de los totales importados. Más atrás aparecen Colombia (con un 26%) y México (con un 12%), explicando entre los tres países mencionados más del 90% de las importaciones regionales realizadas durante el 2006.

Gráfico 21

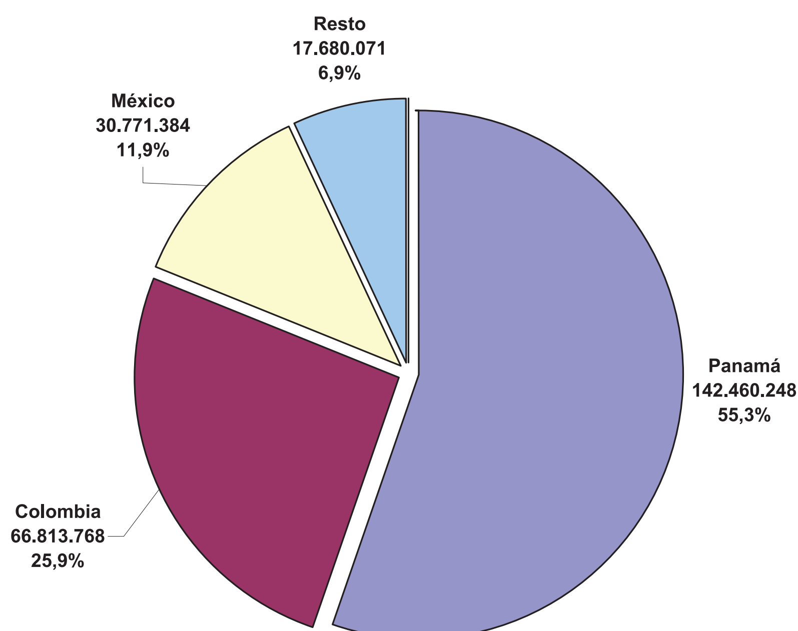
Exportaciones culturales según destino - Distribución al interior de América
Venezuela - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 22

Importaciones culturales según origen - Distribución al interior de América
Venezuela - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

CAPÍTULO 6:
¿QUÉ TIPO DE BIENES CULTURALES SE COMERCIALIZAN?

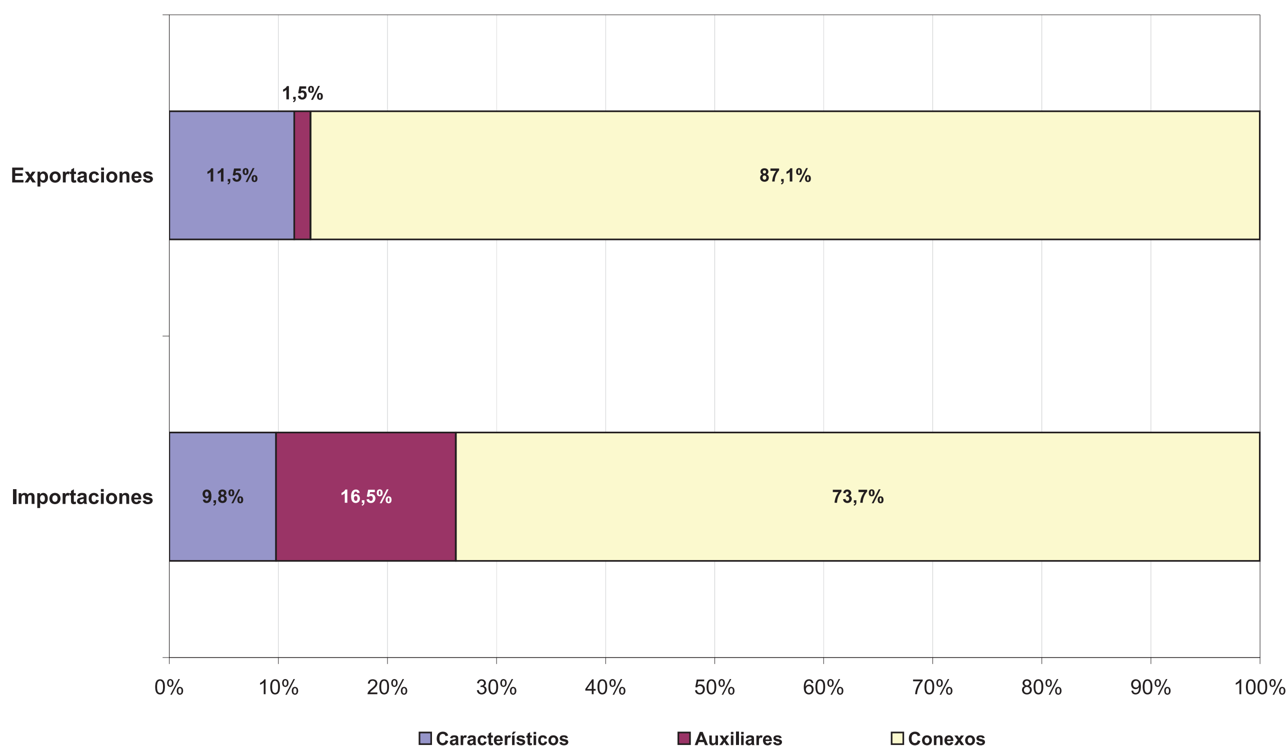
Luego de visualizar la importancia que detentan los bienes culturales en el comercio exterior de estas siete naciones, se analizará la composición de las exportaciones e importaciones de estos bienes en los siete países agregados, diferenciando según se trate de bienes característicos, auxiliares o conexos[14].

Así, lo primero que puede observarse en el *Gráfico 23* es la fuerte preponderancia que exhiben los bienes conexos, tanto en las importaciones (representan aproximadamente tres cuartos del total) como en las exportaciones (casi el 90%). En tanto que los bienes característicos explican, en ambos casos, un segmento cercano al 10%.

La diferencia más significativa entre exportaciones e importaciones se observa en el caso de los bienes auxiliares: mientras que en las importaciones representan más de un 15%, en las exportaciones se reducen a apenas un 1,5%.

Con la intención de comparar las diversas situaciones nacionales, en los *Gráficos 24* y *25* se presenta la distribución de importaciones y exportaciones culturales según tipo de bien, pero desagregando esa composición para cada uno de los países analizados.

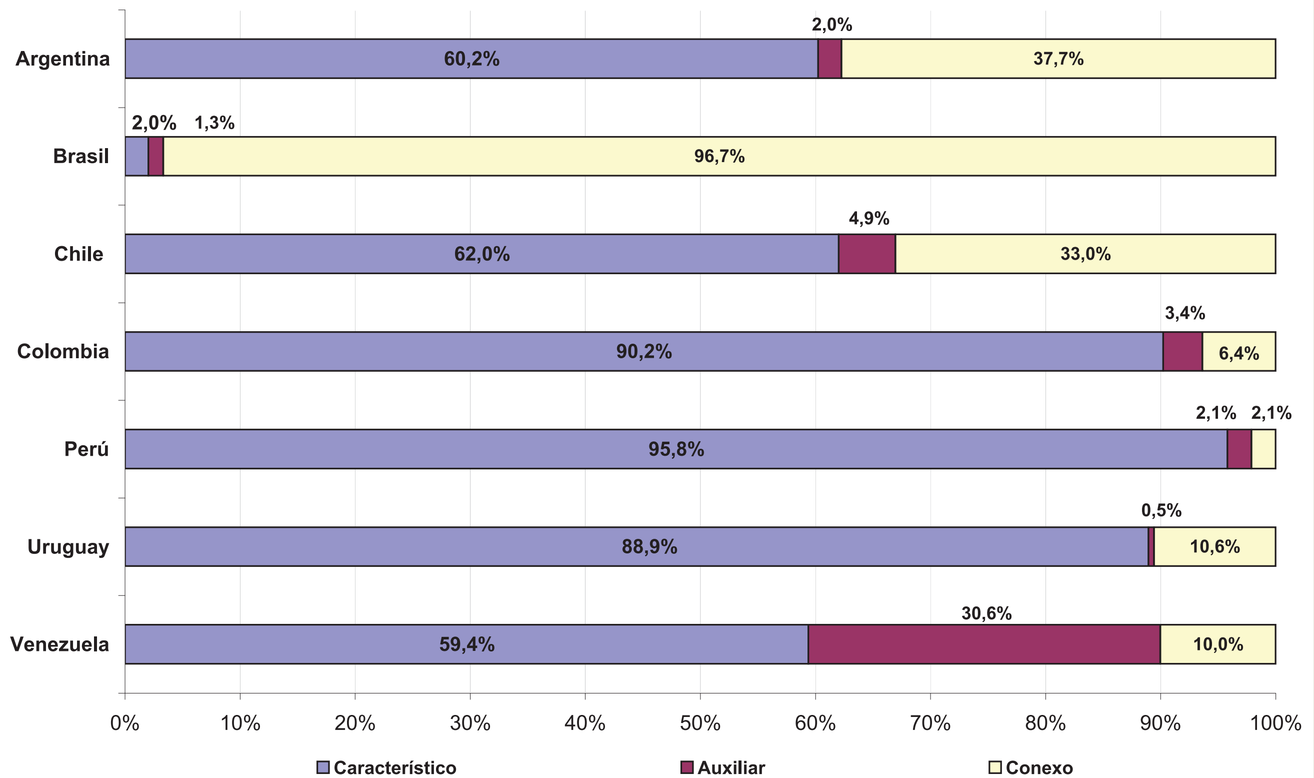
Gráfico 23



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

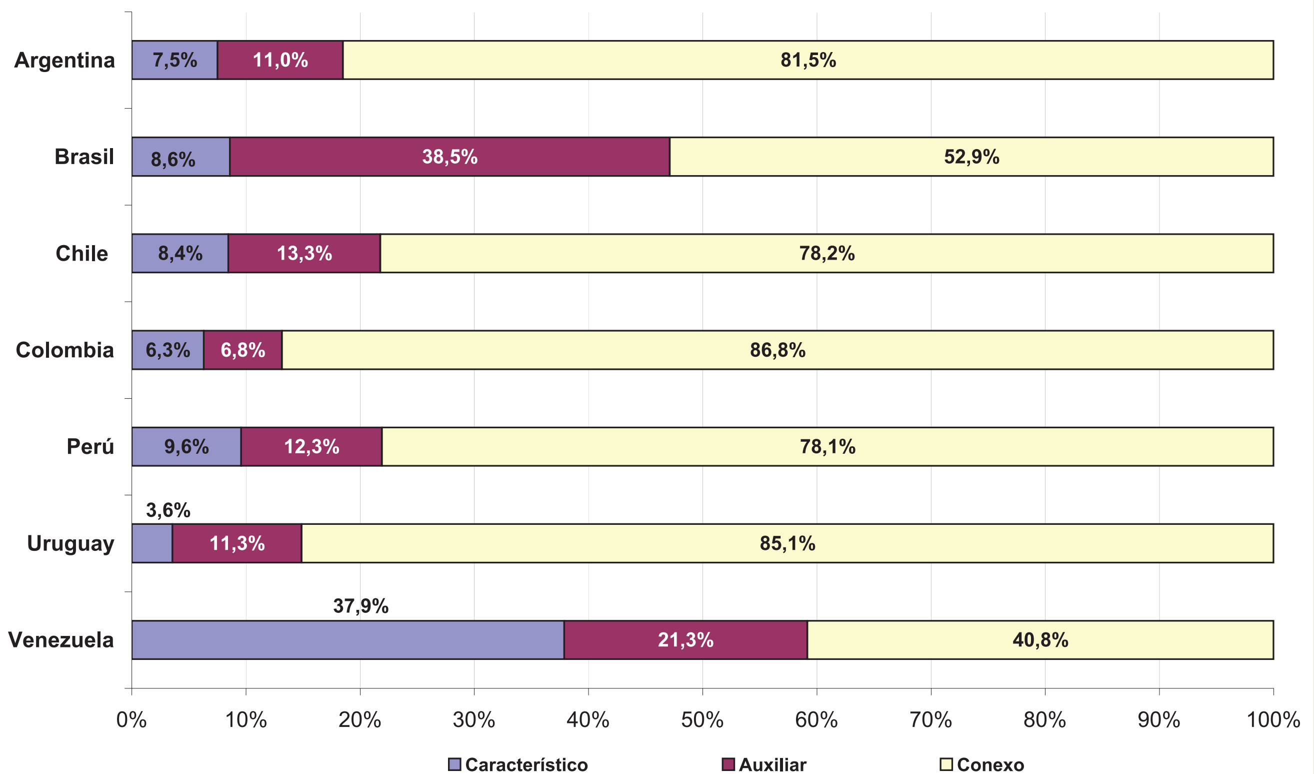
[14] La definición y caracterización de estos tres tipos bienes se ha desarrollado en el Anexo Metodológico de este trabajo.

Gráfico 24



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 25



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

El análisis de estos dos gráficos muestra diversas situaciones. Respecto a las exportaciones se observa que para los bienes característicos, es posible distinguir un primer grupo, conformado por Perú, Colombia y Uruguay, en donde este tipo de bienes tiene absoluta preeminencia: representa alrededor del 90% de las exportaciones culturales totales. Más atrás se encuentran Argentina, Chile y Venezuela, en donde representan cerca del 60%. Por último, y muy alejado del resto, se encuentra Brasil, donde estos bienes apenas constituyen un 2% del total de sus exportaciones culturales.

Para el caso de los bienes auxiliares, todos los países presentan un comportamiento homogéneo, marcado por su baja incidencia en las exportaciones culturales: representan menos del 5% en todos los casos. La excepción aquí es Venezuela, que sobresale con un sorprendente 31%.

En el caso de los bienes conexos, se destaca claramente el caso de Brasil: casi la totalidad de la exportaciones culturales (97%) corresponde a ese tipo de bienes. Más atrás se ubican la Argentina y Chile, en donde representan alrededor de un tercio del total y, por último, aparecen Uruguay, Venezuela, Colombia y Perú, en donde los conexos no superan el 10%.

Es necesario en este punto realizar una aclaración. Tal como se mencionó anteriormente, el monto total de las exportaciones es muy disímil según el país del que se trate, por lo que en algunos casos representa magnitudes muy pequeñas. En el caso de Venezuela, por ejemplo, las exportaciones totalizan solamente 487 mil dólares, mientras que en 3 de los países restantes (Chile, Perú y Uruguay) no superan los 30 millones de dólares.

Dada la baja magnitud de estos montos, un cambio pequeño y coyuntural en la exportación de un bien en determinado año puede tener un impacto muy significativo a la hora de analizar la distribución porcentual de esas transacciones. Esto se ejemplifica claramente si se comparan los datos analizados precedentemente con los disponibles para el año 2005: en Venezuela, la participación de los auxiliares es del 31% en 2006, mientras que en el año 2005 representaba menos de la mitad (15%); en Perú, los conexos son casi intrascendentes en el 2006 (2%), aunque en 2005 implicaban casi un 40% *(ver en anexo los datos referidos a 2005)*. En definitiva, y si a esto se agrega lo planteado en la introducción respecto a la imposibilidad de hacer un análisis diacrónico con los datos disponibles, cualquier observación que se realice vinculada a la forma en que se distribuyen estas exportaciones debe ser tomada con cautela y no debe utilizarse como información concluyente.

Pasando ahora al análisis de las importaciones, se observa que para el caso de los bienes característicos se despliega un comportamiento muy similar en el conjunto de los países –representan menos del 10% del total– a excepción de Venezuela, en donde explican cerca del 40% de las importaciones culturales.

En cuanto a la participación en las importaciones de los bienes auxiliares y conexos, sobresale el caso de Brasil: los auxiliares representan un tercio y los conexos la mitad de las importaciones culturales. Luego, en Venezuela ellos representan un quinto y dos quintos respectivamente. En los restantes países, los auxiliares se aproximan al 10%, siendo predominantes los conexos, con un 80%.

Si se comparan ahora las exportaciones y las importaciones, se observa lo siguiente: en los casos de Colombia, Uruguay y Perú el peso de los bienes característicos sobre el total de las exportaciones supera ampliamente a la participación que esos mismos bienes tienen en las importaciones (cerca del 90% en las exportaciones, contra el 10% en las importaciones). Algo similar, aunque en proporciones menores, se vislumbra para los casos de Argentina y Chile (60% frente al 10%). Una vez más Brasil marca una clara diferencia respecto del resto de los países, ya que la relación se invierte: el peso de los bienes característicos en las importaciones representa 4 veces el peso que los mismos tienen sobre las exportaciones.

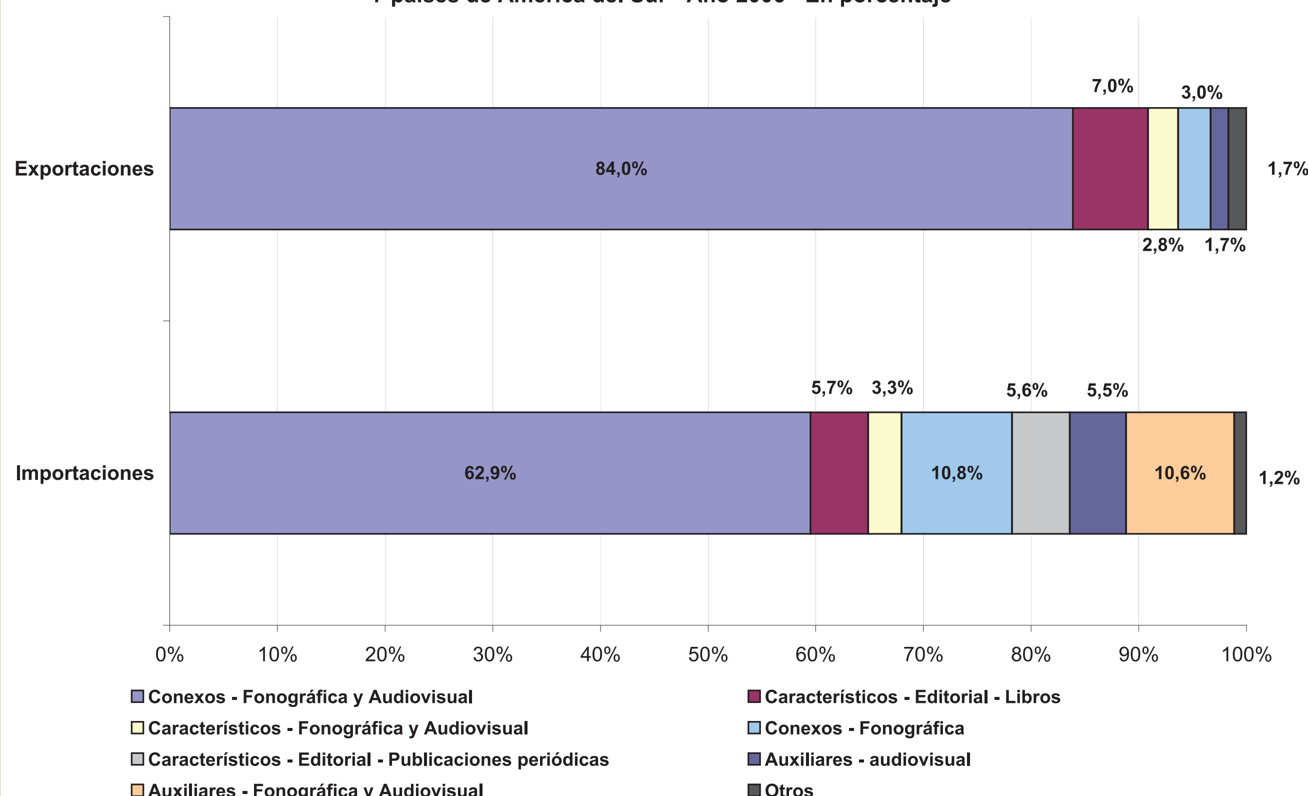
Siguiendo con el caso de Brasil, es interesante resaltar que la preponderancia que los bienes conexos tienen en la composición de sus exportaciones contrasta con el bajo impacto relativo observado en sus importaciones. Además, este exigua participación de los conexos no se suple con un aumento de la importación de bienes característicos (la cual se mantiene cercana al 10%, al igual que el resto de los países) sino con una mayor participación de los auxiliares, que se acerca a un 40%, superando ostensiblemente al 10% que muestran los restantes países.

CAPÍTULO 7:
LA COMPOSICIÓN SECTORIAL DEL COMERCIO EXTERIOR DE BIENES CULTURALES

Valiéndose del importante grado de desagregación con que fue registrada la información, se realizó una clasificación más detallada de los bienes culturales comercializados[15], lo que nos permite analizar el comportamiento exportador e importador, para la región y los países, de los 3 tipos de bienes analizados (característicos, auxiliares y conexos) para las 3 ramas de actividad registradas (editorial, audiovisual y fonográfica). En el *Gráfico 26* se presenta esta información agregada para los 7 países de la región.

El dato más llamativo que surge al analizar las exportaciones es la incidencia que muestran los bienes conexos de la industria audiovisual y fonográfica: U$S 8,4 de cada U$S 10 exportados en la región corresponden a ese tipo de bienes. Mucho más atrás aparecen los bienes característicos de la industria del libro, que explican U$S 0,7 de cada U$S 10 exportados. Aunque en menor medida que en las exportaciones, el peso de los bienes conexos de las industrias audiovisual y fonográfica es también notoriamente significativo en lo concerniente a las importaciones de bienes culturales. En efecto, en el año 2006 explican el 63% del total importado. Si se agregan los conexos de la industria fonográfica se llega a valores cercanos al 74%. Los bienes auxiliares de las industrias fonográfica y audiovisual explican casi el 11% del total importado. Los bienes característicos de la industria editorial representan el 11% sobre el total, repartido en partes casi idénticas entre libros y publicaciones periódicas. Un monto similar (5%) representan los bienes auxiliares de la industria audiovisual, quedando relegados a un escaso 3% los bienes característicos de las industrias fonográfica y audiovisual. Si se analiza la misma información, pero ahora desagregada para cada país, pueden encontrarse situaciones diferenciadas.

Gráfico 26



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

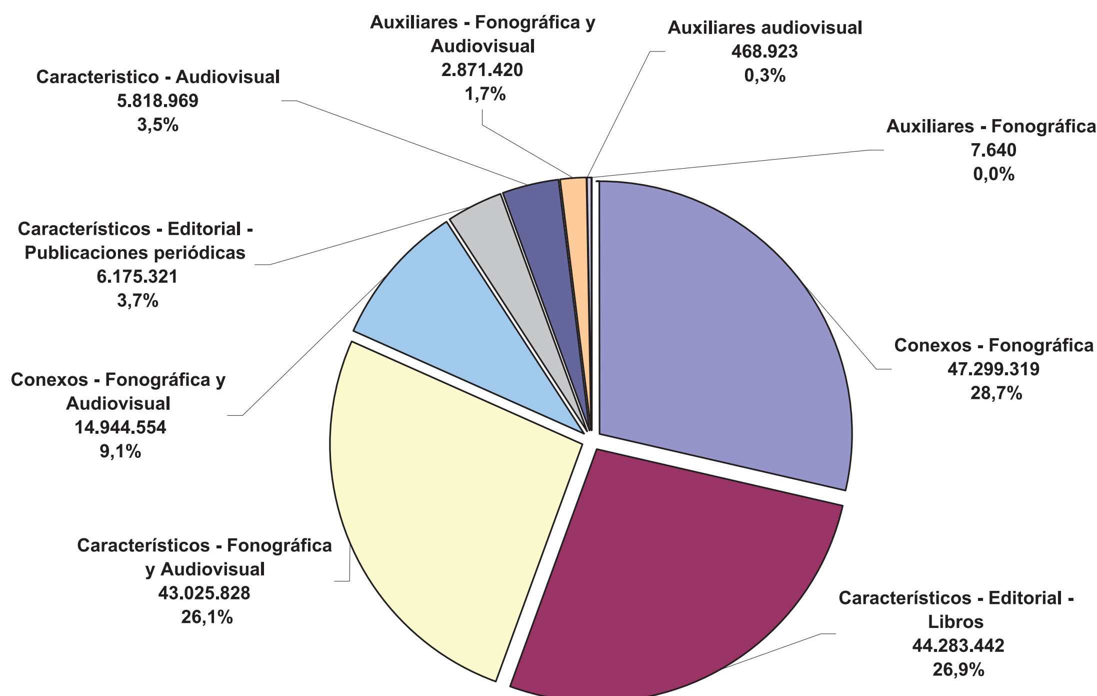
[15] La descripción pormenorizada de esta clasificación puede encontrarse en el Anexo Metodológico de este trabajo.

ARGENTINA

Respecto a las exportaciones realizadas por la Argentina *(Gráfico 27)*, tres grupos concentran más de tres cuartos del total, repartido en partes similares: conexos de la industria fonográfica, característicos de la industria editorial de libros y característicos de la industria fonográfica y audiovisual.

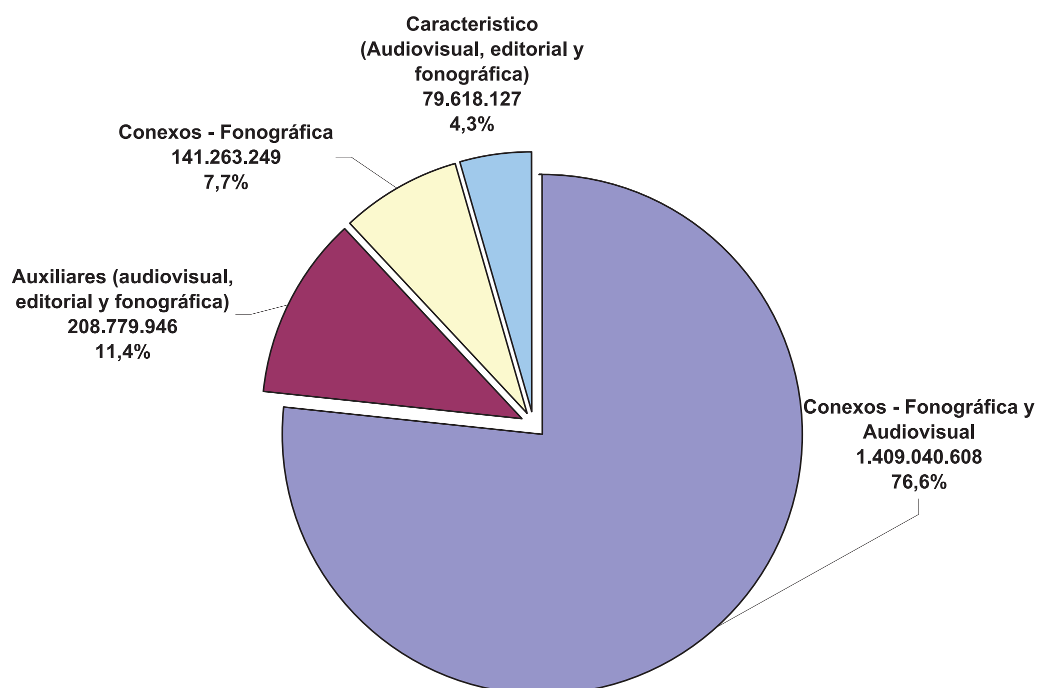
Respecto a las importaciones *(Gráfico 28)*, se observa que en Argentina más de tres cuartas partes del total (76%) corresponde a la compra de productos conexos de la industria fonográfica y audiovisual. Esta participación es aproximadamente un 15% superior a la media regional.

Gráfico 27



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 28



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

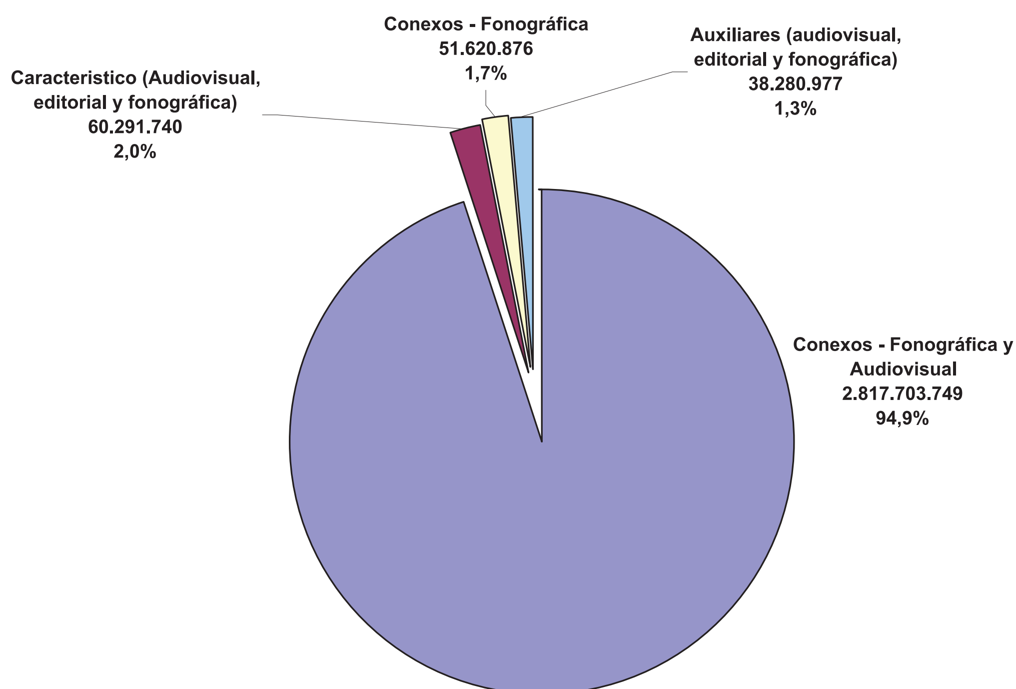
BRASIL

En el caso de las exportaciones brasileras *(Gráfico 29)* el notorio superávit comercial cultural mencionado antecedentemente queda explicado esencialmente por la exportación de bienes conexos de la industria fonográfica y audiovisual: U$S 9,5 de cada U$S 10 exportados corresponden a esta categoría.

Respecto a las importaciones realizadas por este país *(Gráfico 30)*, los bienes conexos y auxiliares de las industrias fonográfica y audiovisual explican más del 90% del total, con una importante primacía de los conexos frente a los auxiliares. Entre los montos restantes sobresale, con un 6%, la importación de bienes característicos de la industria editorial de libros.

Gráfico 29

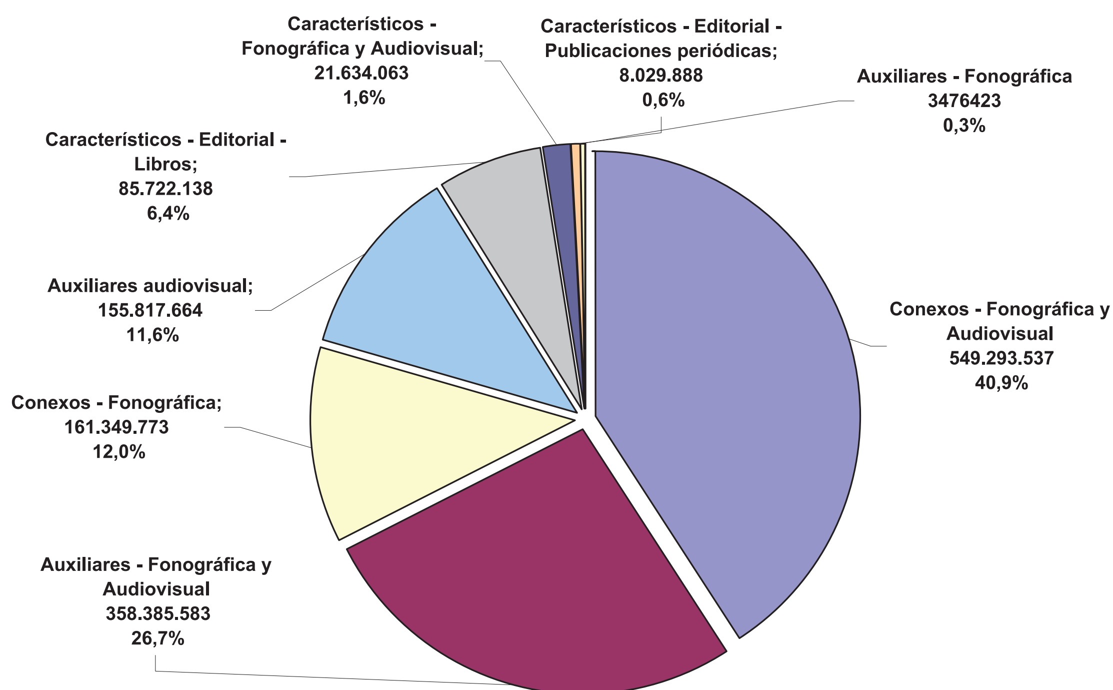
Exportaciones de bienes culturales según clasificación propia de bienes. Brasil - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 30

Importaciones de bienes culturales según clasificación propia de bienes. Brasil - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



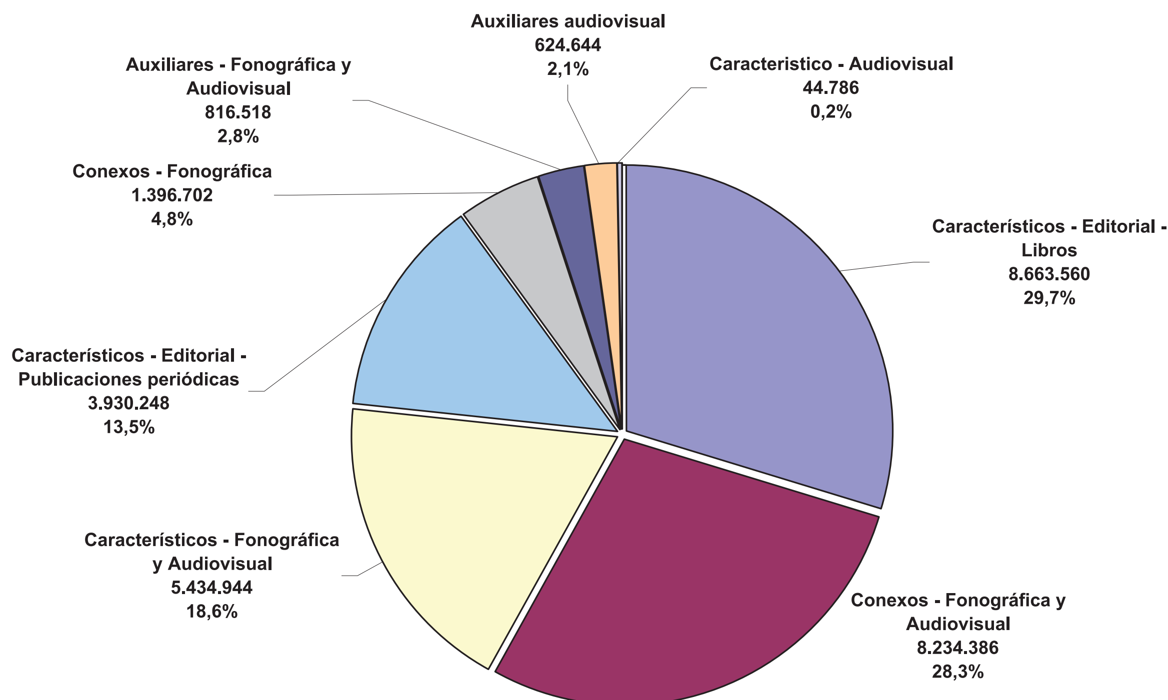
Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

CHILE

Analizando ahora el caso chileno *(Gráfico 31)*, se observa que los bienes característicos del sector editorial explican alrededor del 43% de las exportaciones, repartido en partes desiguales entre libros -30%- y diarios y revistas -13,5%-. La industria audiovisual y fonográfica tiene una incidencia importante, especialmente a través de los bienes conexos (28%) y característicos (19%).

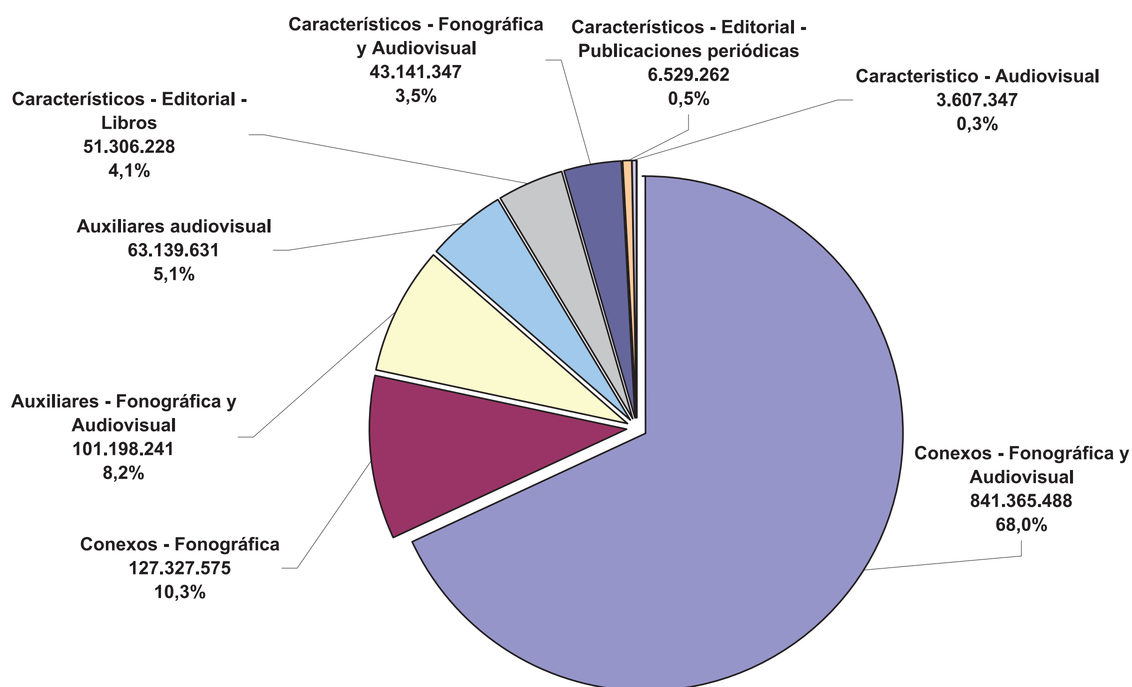
En cuanto a las importaciones culturales en Chile, se observa que, de manera similar a la media regional, el 68% del total importado corresponden a bienes conexos de las industrias audiovisual y fonográfica *(Gráfico 32)*. Si a ello sumamos el 10% añadido por los bienes conexos exclusivamente fonográficos, y el 13% que representan los bienes auxiliares correspondientes a esas dos industrias, se llega a montos que superan el 90% del total importado. Entre las importaciones de bienes característicos, sobresalen los correspondientes a la industria editorial de libros (4%) y los que abarcan las ramas audiovisual y fonográfica (3,5%). Las publicaciones periódicas y los bienes audiovisuales explican, cada una de ellas, montos inferiores al 1%.

Gráfico 31



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 32



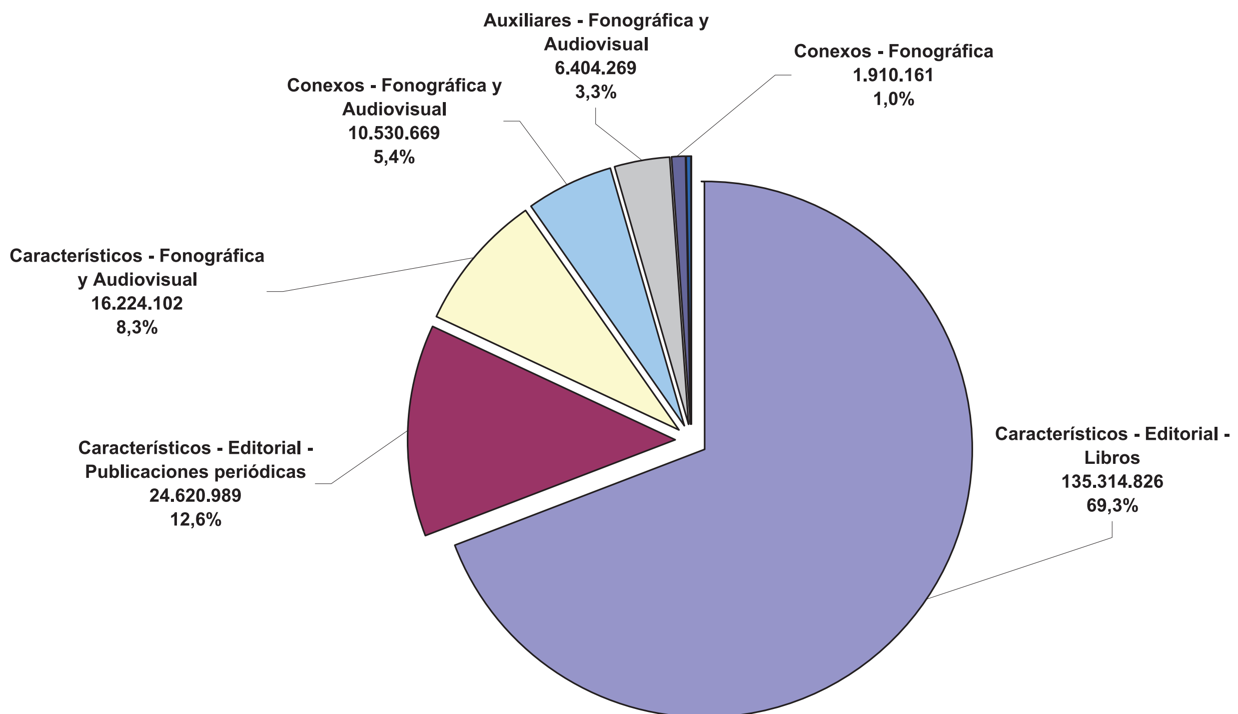
Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

COLOMBIA

La amplia preeminencia que los bienes característicos tienen entre las exportaciones colombianas *(Gráfico 33)* se reparte de manera desigual: se destaca con un 69% la exportación de libros, seguido mucho más atrás por las publicaciones periódicas (13%) y por los característicos de la industria audiovisual y fonográfica (8%).

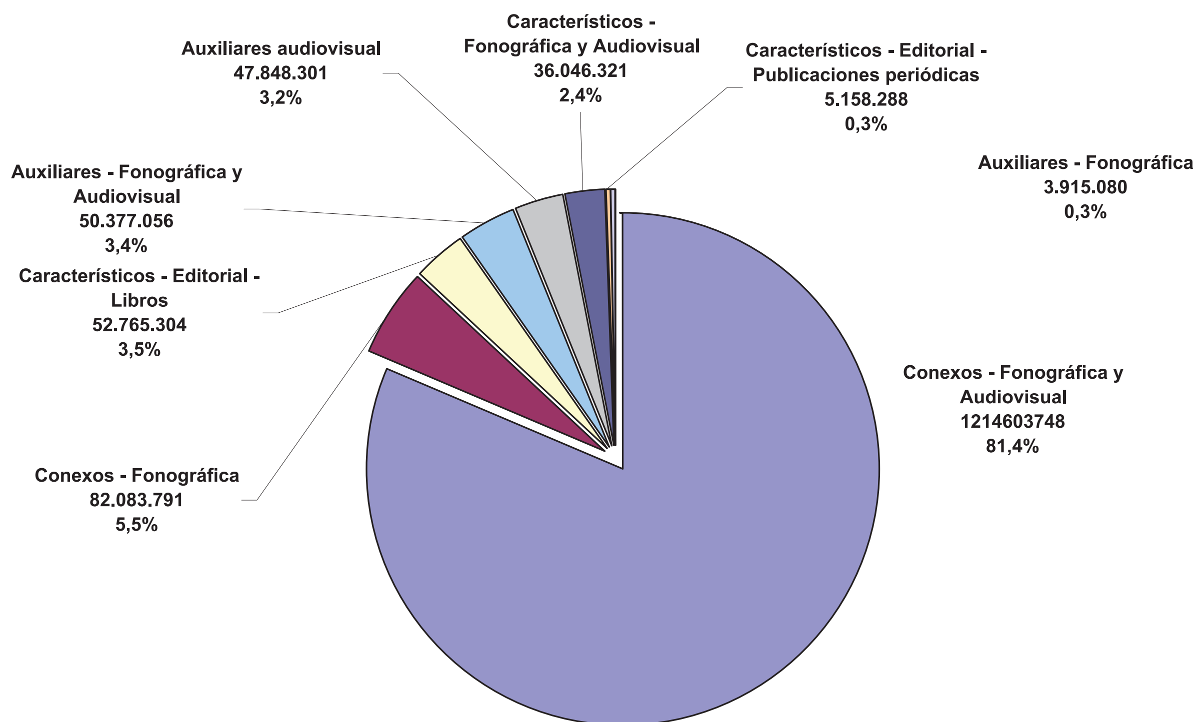
En cuanto a las importaciones *(Gráfico 34)*, los bienes conexos de las industrias fonográfica y audiovisual representan más del 80% del total, a lo que se suma un 5,5% correspondiente a ese mismo tipo de bien pero exclusivamente para la industria fonográfica.

Gráfico 33



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 34



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

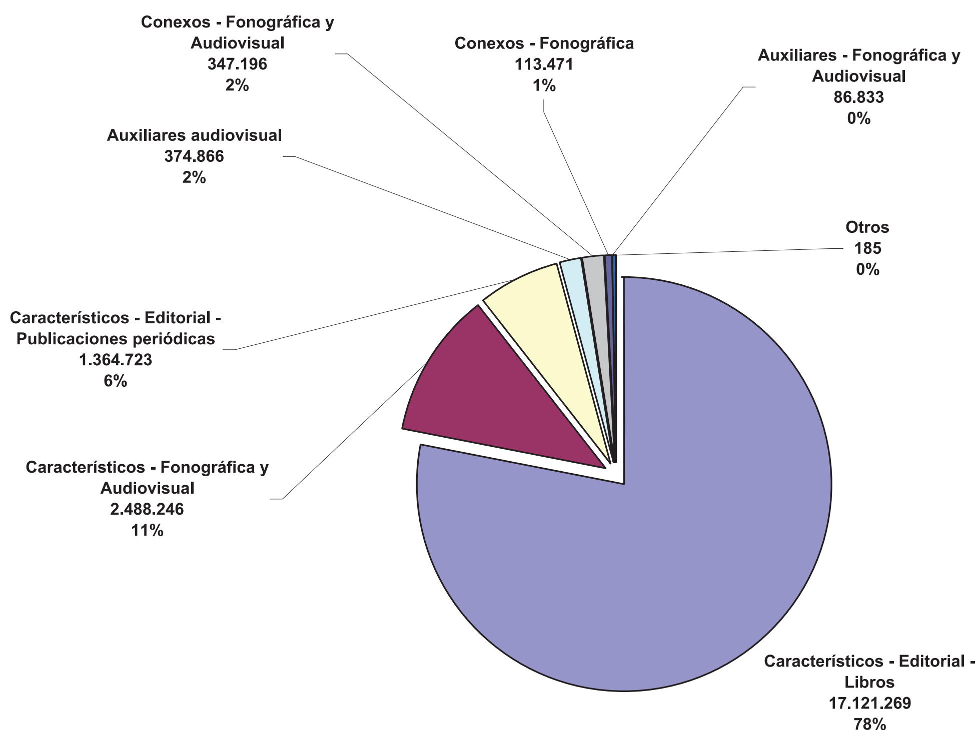
PERÚ

La marcada preeminencia que los bienes característicos tienen entre las exportaciones culturales realizadas por Perú *(Gráfico 35)* es explicada fundamentalmente por la industria del libro, que representa el 78% del total. Le siguen los bienes característicos de las industrias audiovisual y fonográfica, con un 11% y, más atrás, las publicaciones periódicas, con un 6%.

En las importaciones *(Gráfico 36)* se destacan una vez más los bienes conexos audiovisuales y fonográficos (69%), mientras que los conexos de la industria fonográfica llegan a un 10% y los auxiliares audiovisuales y fonográficos abarcan un 7%.

Gráfico 35

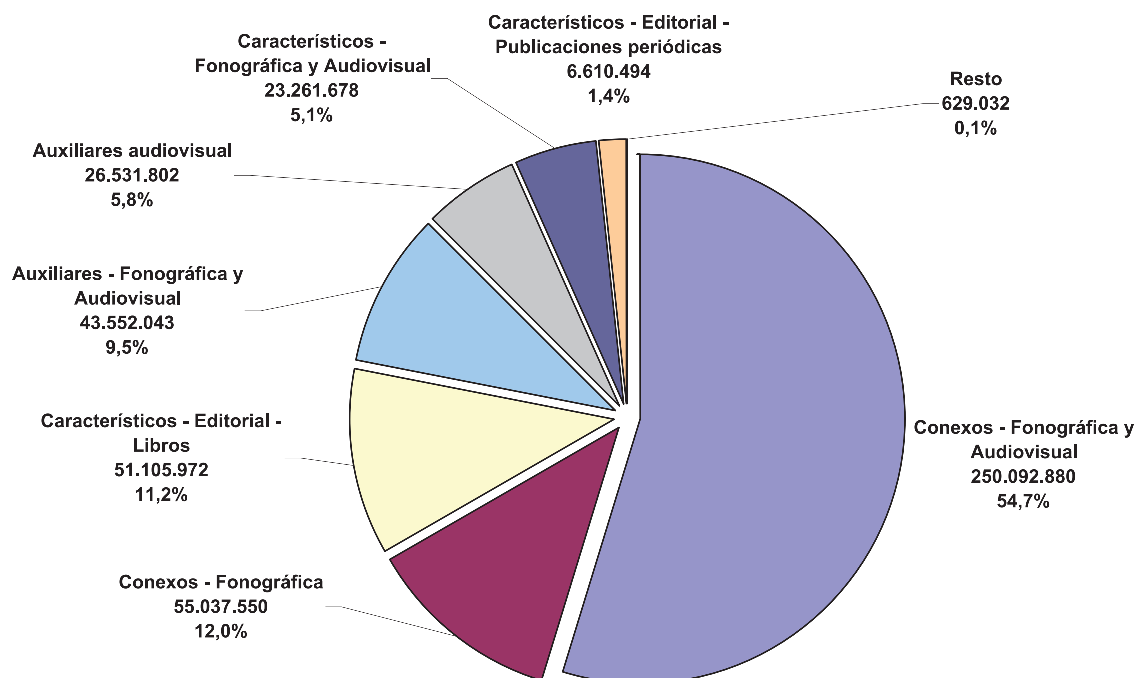
Exportaciones de bienes culturales según clasificación propia de bienes. Perú - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 36

Importación de bienes culturales según clasificación propia de bienes. Perú - Año 2006 - En millones de FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

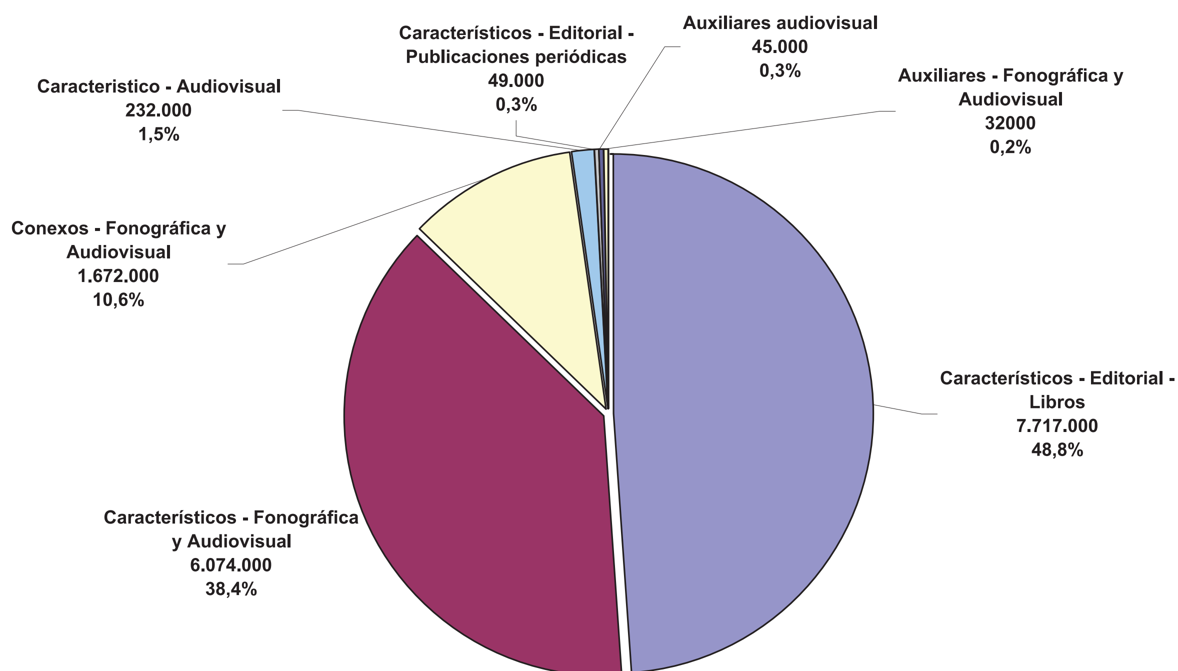
URUGUAY

Las exportaciones culturales realizadas por Uruguay *(Gráfico 37)* están dominadas por los bienes característicos de la industria editorial del libro, que ascienden a un 49% del total. Los característicos de las industrias audiovisual y fonográfica abarcan un significativo 38%, mientras que los restantes bienes característicos representan porcentajes menores. Los bienes conexos de la industria audiovisual y fonográfica abarcan el 10% del total.

Respecto de las importaciones *(Gráfico 38)*, una vez más los conexos de las industrias audiovisual y fonográfica destacan, ya que abarcan más de tres cuartas partes del total. El segundo grupo en importancia es el de bienes auxiliares de esas mismas industrias, con un 11%.

Gráfico 37

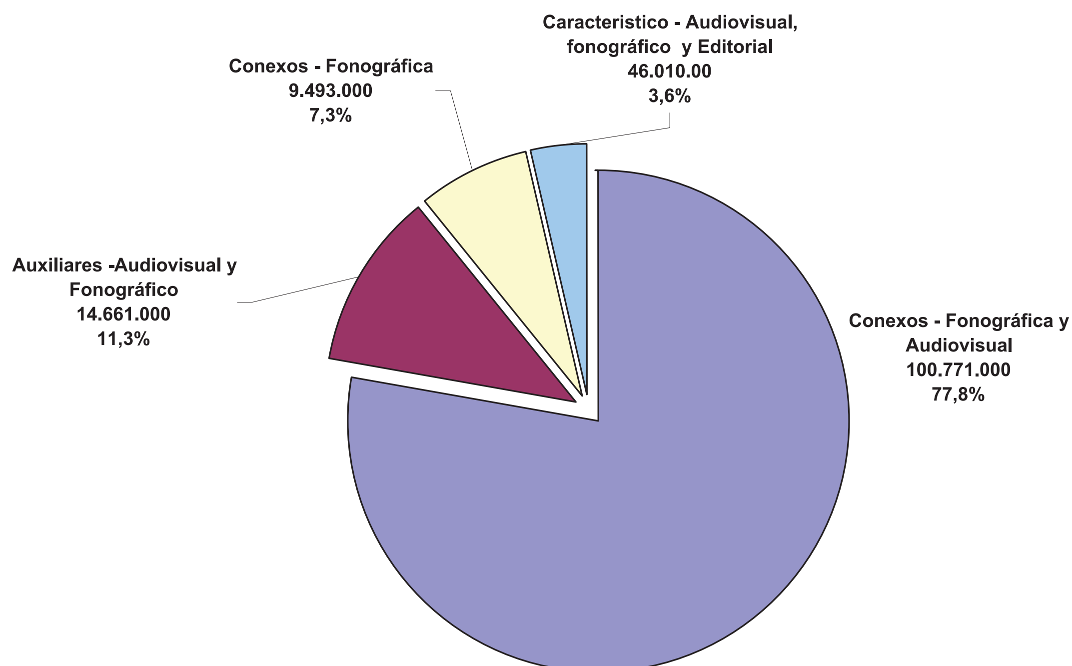
Exportaciones de bienes culturales según clasificación propia de bienes. Uruguay - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 38

Importaciones de bienes culturales según clasificación propia de bienes. Uruguay - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

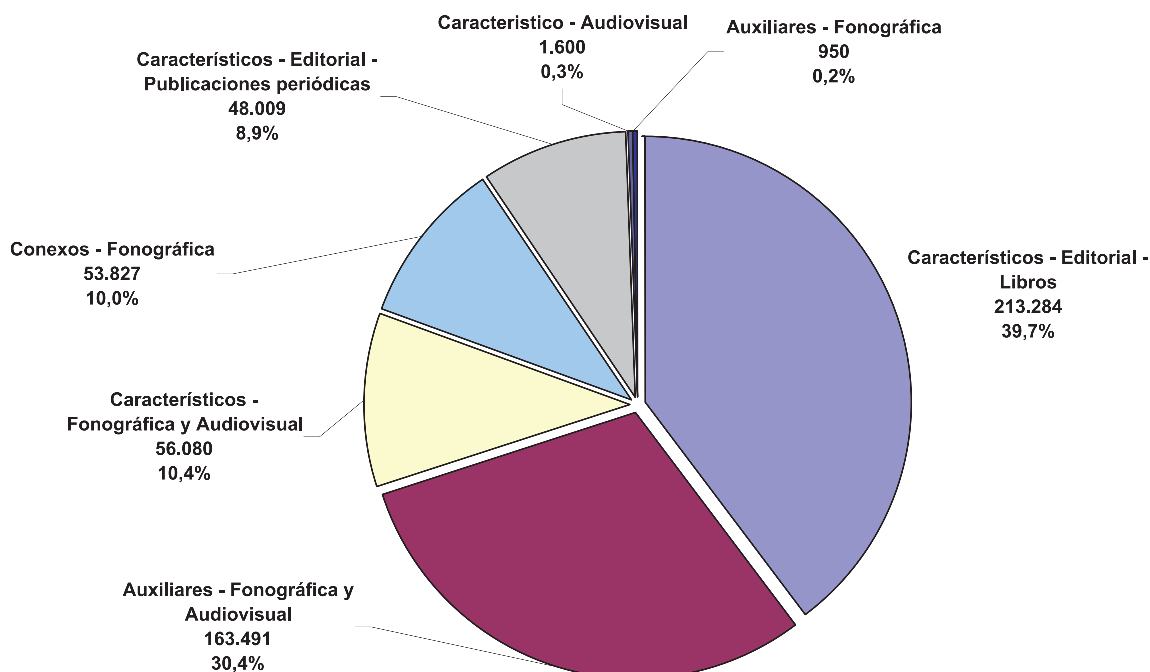
VENEZUELA

Queda finalmente observar el caso de Venezuela. En relación a las exportaciones *(Gráfico 39)*, entre los bienes característicos sobresalen los pertenecientes a la industria editorial del libro con un 40%, seguidos de los correspondientes a las industrias audiovisual y fonográfica (10%), la industria editorial de publicaciones periódicas (9%) y la industria audiovisual (un exiguo 0,3%). Respecto de las categorías restantes, es destacable el 30% correspondiente a bienes auxiliares de las industrias fonográfica y audiovisual.

En relación a las importaciones *(Gráfico 40)*, sobresalen claramente los conexos de la industria fonográfica, con un 41%. Le siguen los característicos de la industria editorial del libro (23%), los auxiliares de las industrias fonográfica y audiovisual (19%) y los característicos fonográficos y audiovisuales (11%).

Gráfico 39

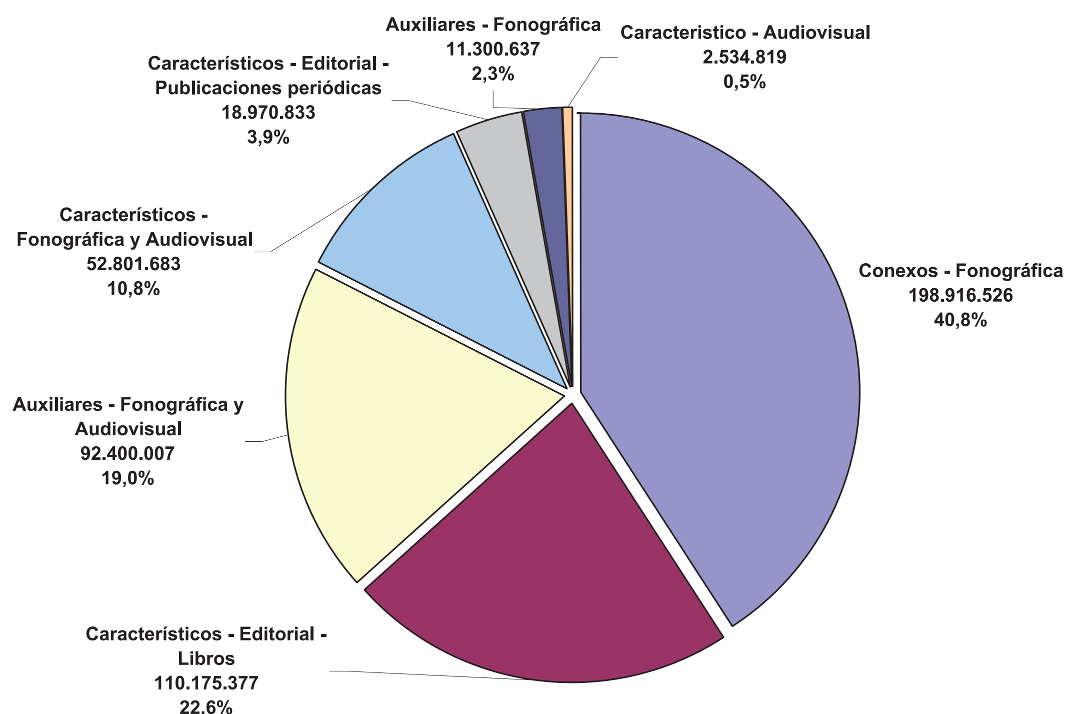
Exportación de bienes culturales según clasificación propia de bienes. Venezuela - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 40

Importaciones de bienes culturales según clasificación propia de bienes. Venezuela - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

CAPÍTULO 8:
LOS BIENES CULTURALES CARACTERÍSTICOS

Es el momento de posar la mirada, exclusivamente, en el comercio exterior de bienes culturales característicos, aislando su análisis de la información correspondiente a bienes conexos y auxiliares. El *Gráfico 41* presenta las exportaciones, importaciones y balanza comercial de estos bienes, de manera agregada para los 7 países relevados.

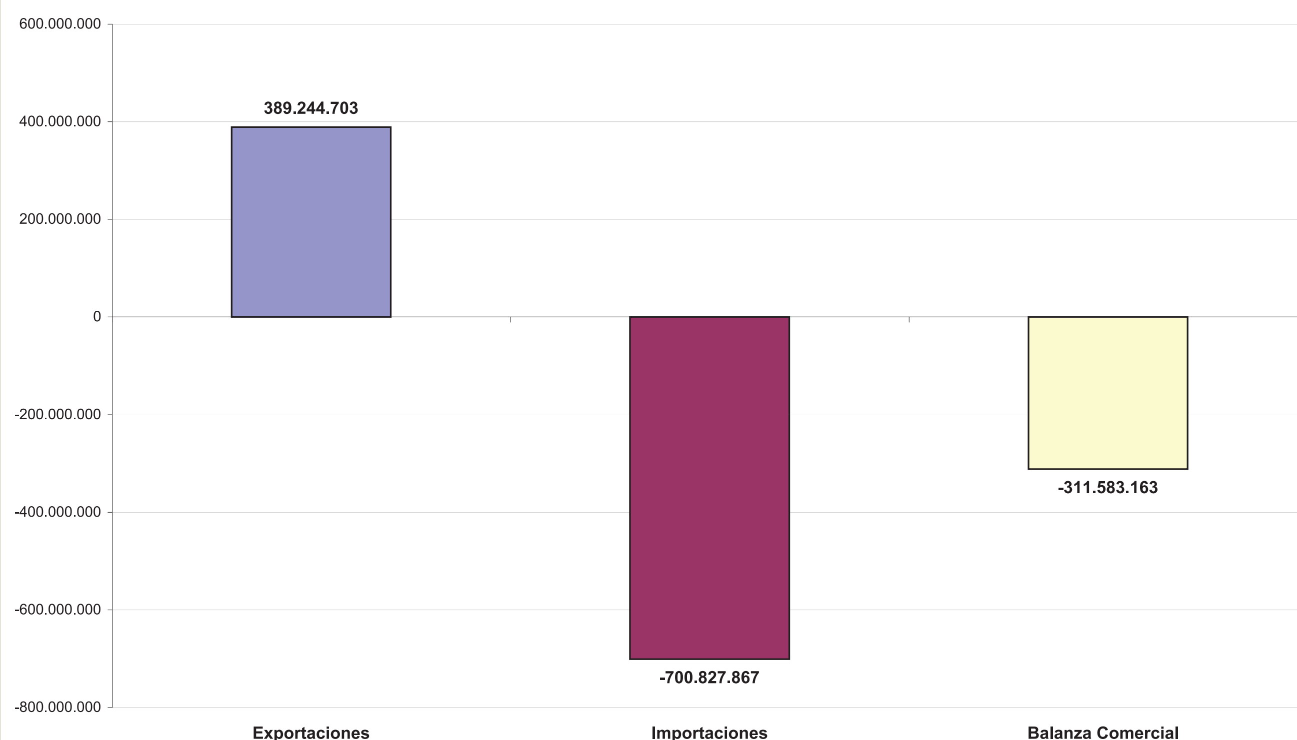
Allí se puede observar que la región exporta bienes característicos por un monto cercano a los 390 millones de dólares, e importa por más de 700 millones. Las importaciones representan, en consecuencia, casi el doble de las exportaciones (1,8 veces exactamente), configurándose un déficit comercial de bienes característicos que asciende al monto de 311 millones de dólares.

En el siguiente cuadro (*Gráfico 42)* se analiza la misma balanza comercial de bienes característicos, pero desagregada para cada uno de los países.

Al analizar las exportaciones se destaca Colombia, con un monto de casi 180 millones de dólares exportados en bienes característicos, seguida por Argentina (99 millones) y Brasil (60 millones). Más atrás se ubica el grupo conformado por Perú, Chile y Uruguay, cuyos montos exportados oscilan entre los 20 y los 14 millones de dólares. Por último se encuentra Venezuela, cuyos ingresos por exportaciones son muy bajos (cercanos a los 300 mil dólares).

Gráfico 41

Exportaciones, importaciones y balanza comercial de bienes culturales característicos
7 países de América del Sur - Año 2006 - En dólares FOB



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

En el caso de las importaciones sobresale Venezuela, con un monto total que orilla los 185 millones. Le siguen, en orden de magnitud decreciente, Argentina (142 millones), Brasil (115), Chile (104), Colombia (94), Perú (54) y Uruguay (4).

Sin embargo, lo más interesante resulta de analizar la balanza comercial de bienes culturales característicos, sobre todo si se tienen presentes los resultados ofrecidos en el *Gráfico 2*, donde se analizaron las exportaciones, importaciones y balanza comercial de bienes culturales en su conjunto (característicos, auxiliares y conexos).

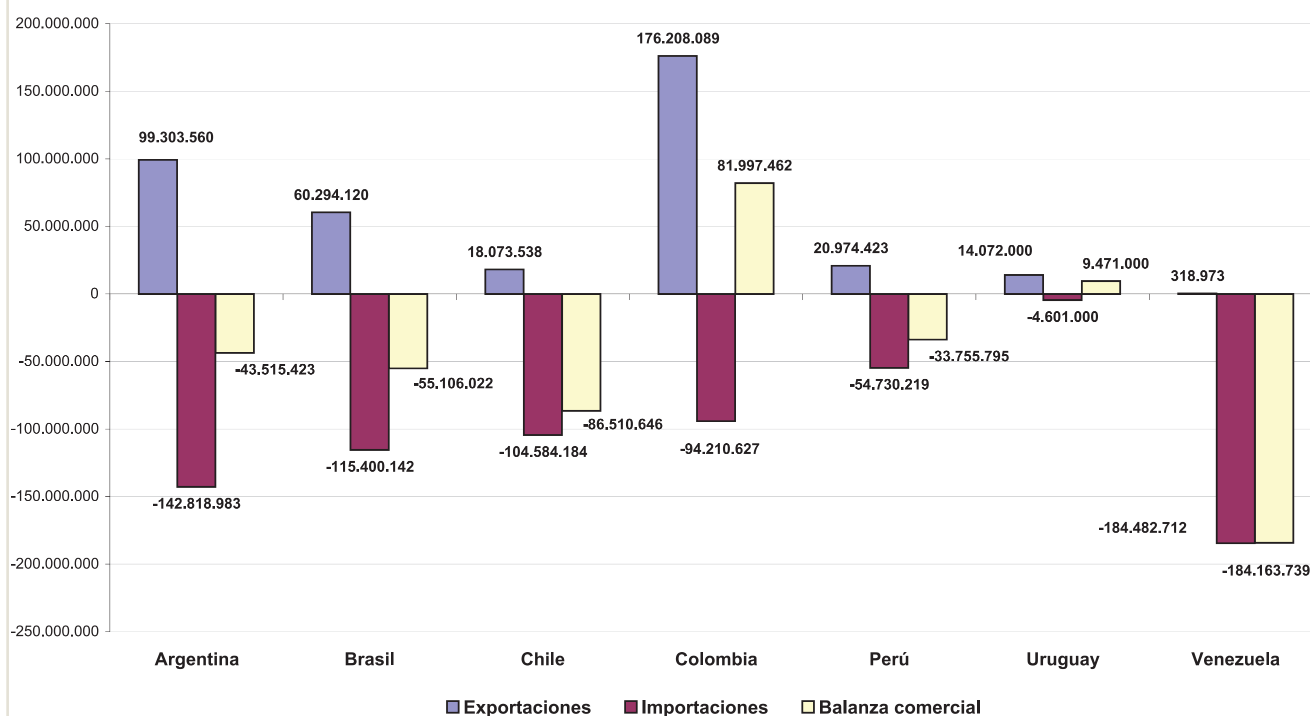
Lo primero que resalta es el cambio observado en la situación del Brasil: de ser el único país superavitario pasó a mostrar un déficit significativo (más de 55 millones de dólares). Así, se comprueba lo que ya habíamos detectado con anterioridad: es la exportación de bienes culturales conexos (fundamentalmente) y auxiliares lo que explica casi la totalidad de los cerca de 3.000 millones de dólares exportados por ese país, representando los característicos solo 2 de cada 100 dólares. En relación a las importaciones, en cambio, los característicos representan casi 9 de cada 100 dólares.

En contraposición aparece la situación de Colombia, que muestra un carácter fuertemente superavitario en bienes característicos (casi 82 millones de dólares), mientras que para el conjunto de bienes culturales mostraba un déficit de casi 1.300 millones. Algo similar ocurre con Uruguay, aunque las magnitudes son significativamente más pequeñas (lo cual no extraña dado el tamaño de la economía uruguaya en su conjunto): de un déficit de 113 millones pasa a un superávit de casi 10.

Los restantes países (Venezuela, Chile, Argentina y Perú) muestran un déficit en la balanza de bienes característicos, al igual que en la balanza de bienes culturales en su conjunto. Sin embargo, en el caso de los característicos es Venezuela el que muestra el mayor déficit, seguido por Chile (en ambos casos, explicado fundamentalmente por un pobre desempeño exportador acompañado de un alto componente importador de bienes característicos). En los casos de Argentina y Perú, si bien el déficit es también significativo (43 y 33 millones respectivamente), lo acotado de su monto en relación a los dos países arriba mencionados se explica fundamentalmente por su mejor desempeño exportador.

Gráfico 42

Exportaciones, importaciones y balanza comercial de bienes culturales característicos
Desagregación por países de América del Sur - Año 2006 - En dólares FOB



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

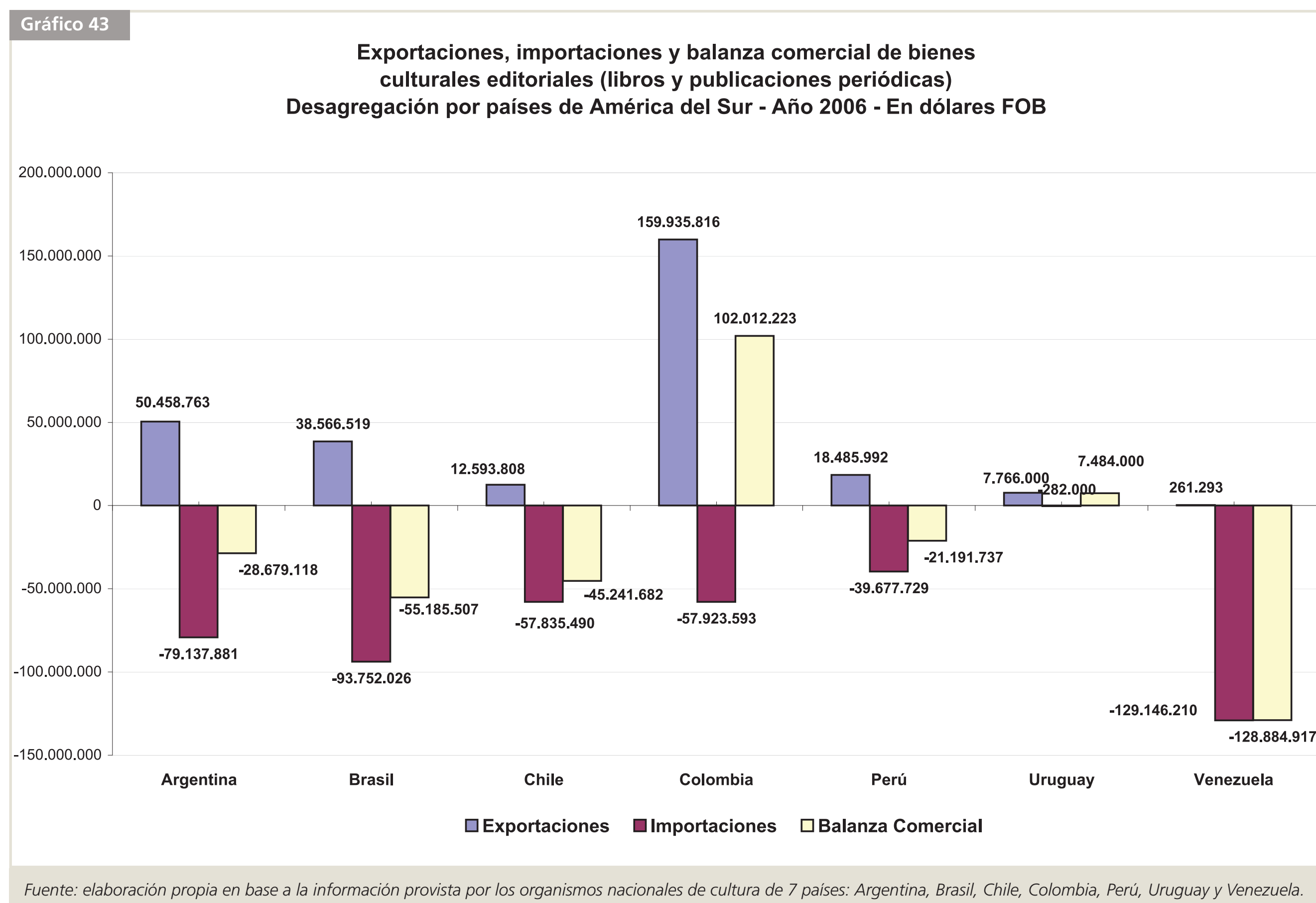
Profundizando en el análisis del comercio exterior de bienes característicos, en los siguientes gráficos se presentan las exportaciones, importaciones y balanza comercial para cada uno de los bienes característicos que hemos relevado en este estudio: industria editorial (libros y publicaciones periódicas analizados conjuntamente, en el *Gráfico 43*); industria audiovisual (films grabados, en el *gráfico 44*); e industria audiovisual y fonográfica (soportes grabados con sonido, imagen y otros, en el *gráfico 45*). La lectura de los gráficos será realizada de manera transversal a cada país, buscando de esta manera profundizar en los datos presentados en el *Gráfico 42* a partir del desempeño comercial observado en las distintas ramas de la industria cultural en cada uno de ellos.

La Argentina se destaca tanto en la industria audiovisual como en la audiovisual y fonográfica por ser el país que mayores montos exporta (6 millones y 43 millones de dólares, respectivamente), mientras que ocupa el segundo lugar en la exportaciones de bienes característicos de la industria editorial, con 50 millones. El carácter deficitario de su balanza comercial se da, sin embargo, por los altos montos importados en la industria fonográfica y audiovisual y en la editorial: representan 1,5 y 1,6 veces el monto total de exportaciones, respectivamente.

En el caso de Brasil, es significativa la exportación de productos de la industria editorial (38 millones) y de productos de la industria audiovisual y fonográfica (casi 22 millones de dólares, la segunda en monto en relación a los restantes países), mientras que la exportación de films audiovisuales es prácticamente nula. Para el caso de las importaciones, éstas se equiparan a las exportaciones en el caso de films audiovisuales y de productos de la industria fonográfica y audiovisual. En el caso de la industria editorial, por el contrario, las importaciones representan casi 2,5 veces las exportaciones, ascendiendo a un monto de 93 millones de dólares y reflejando un déficit de 55 millones de dólares. Al observar nuevamente el *Gráfico 41* se puede detectar que el déficit en la balanza comercial de bienes característicos para el caso de Brasil se explica, en su totalidad, por el déficit observado en el intercambio de productos de la industria editorial.

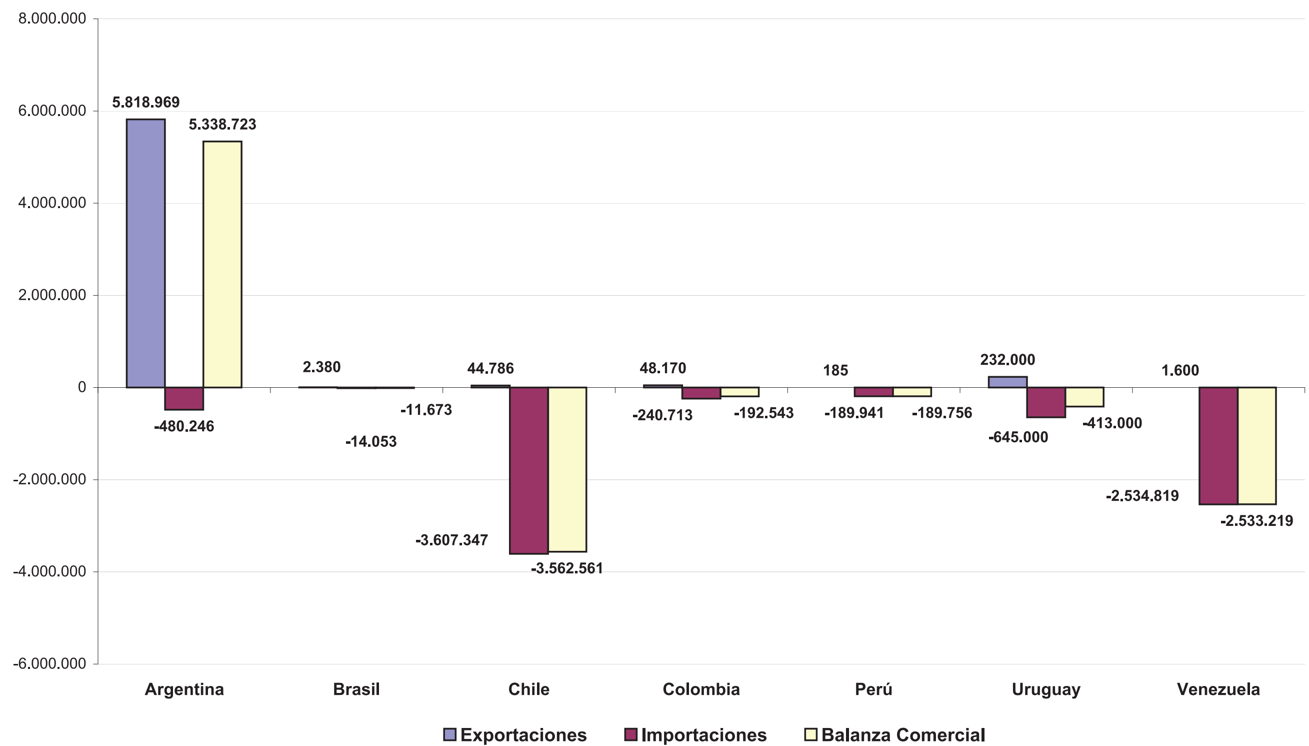
En el caso de Chile, los mayores montos en las exportaciones están dados por productos de la industria editorial (12 millones) seguida por productos audiovisuales y fonográficos (5 millones), mientras que la industria audiovisual exporta por montos muy pobres (44 mil dólares). En contraposición con este exiguo comportamiento exportador, Chile presenta significativos montos en la importación de productos característicos: casi 60 millones para el caso de la industria editorial, 43 para la industria audiovisual y fonográfica y 3,6 millones para el caso del audiovisual (el más importante de toda la región). Así, el déficit comercial se extiende a las tres ramas de la industria cultural analizadas, explicando así el fuerte déficit para el conjunto de bienes característicos.

Gráfico 43



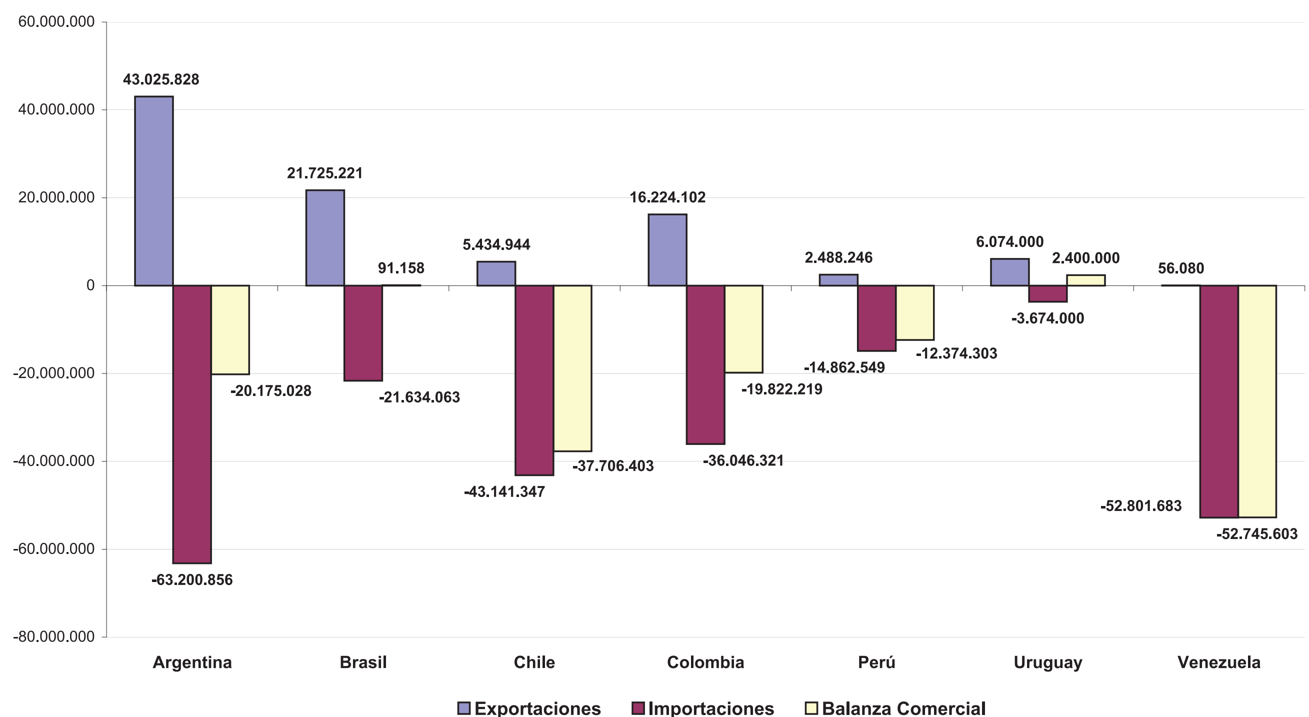
Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 44



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 45



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

En el caso de Colombia, se puede ver que es la industria editorial la que explica el superávit que observáramos en la balanza comercial de bienes característicos: exporta por 160 millones e importa por menos de 60, resultando así un excedente de más de 100 millones de dólares. La industria audiovisual muestra montos irrelevantes, mientras que la industria audiovisual y fonográfica deja un saldo negativo de 20 millones, explicado por unas importaciones que superan los 36 millones frente a unas exportaciones que rondan los 16 millones.

Para el caso del Perú, son los bienes de la industria editorial los que explican casi el total de las exportaciones de bienes característicos, con 18 millones de dólares, lo que implica que 9 de cada 10 dólares exportados corresponden a esta industria. Mucho más atrás aparecen los bienes de la industria fonográfica y audiovisual (2,5 millones), mientras que las exportaciones de films son prácticamente inexistentes. En el caso de las importaciones, la industria editorial nuevamente sobresale con un monto cercano a los 40 millones (más del doble de lo exportado por este concepto), representando 7 de cada 10 dólares importados. Le siguen los bienes de la industria fonográfica y audiovisual, con casi 15 millones de dólares (lo que representa 6 veces el monto exportado de este tipo de bienes). Los films, nuevamente, muestran montos muy poco significativos.

En el caso del Uruguay, la balanza comercial superavitaria de bienes característicos se explica por los montos en las exportaciones correspondientes a la industria editorial (7,7 millones de dólares) y de las bienes de la industria fonográfica y audiovisual (6 millones). Ambas ramas muestran balances superavitarios, especialmente la industria editorial, ya que prácticamente no se observan importaciones de este tipo de productos. El comercio exterior de films, si bien deficitario, presenta montos poco relevantes.

Por último aparece el caso de Venezuela, en donde las exportaciones apenas superan los 300 mil dólares. Lo que cabe, entonces, es analizar como se reparte el déficit en la balanza de bienes culturales característicos según la rama de la industria. El monto más significativo corresponde a la industria editorial, con 129 millones de dólares, seguido por los productos de la industria fonográfica y audiovisual (52 millones) y, más atrás, la importación de films audiovisuales, con 2,5 millones.

CAPÍTULO 9:
ORIGEN Y DESTINO DE LOS BIENES EDITORIALES

En los siguientes gráficos, la mirada se concentrará en el funcionamiento de la industria editorial, ya que es el sector que genera los volúmenes de comercialización más significativos en lo que hace al comercio exterior de bienes característicos. En particular, se analizará el destino y el origen de las exportaciones e importaciones de estos bienes para cada uno de los países incluidos en este estudio[16].

[16] Queremos resaltar aquí una cuestión metodológica. Si se comparan algunos datos (por ejemplo, las importaciones que realiza Venezuela desde Colombia y las exportaciones que Colombia realiza hacia Venezuela) se observará que esos datos no coinciden. En términos estadísticos, esos datos **no son consistentes.** Esto se explica por las imperfecciones en el registro de la información, observadas tanto en los países exportadores como en los países importadores. Cabe aclarar que lo mismo sucede en los registros estadísticos que lleva el Sistema de Cuentas Nacionales.

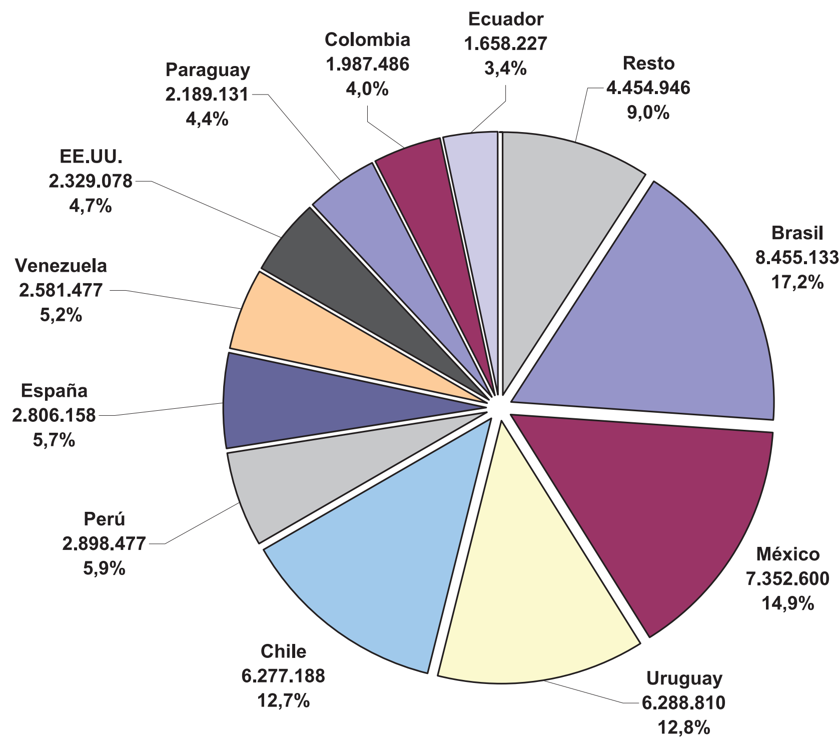
ARGENTINA

En primer lugar se analizará el caso de Argentina. En el *Gráfico 46* se pueden observar los países de destino de sus exportaciones, y en el *Gráfico 47* el origen de sus importaciones. Lo primero que surge de la comparación entre ambos es la relativa dispersión en el destino de las exportaciones frente a la concentración en el origen de las importaciones: en el primer caso, ningún país recibe más del 17% de los productos editoriales elaborados en la Argentina, y es necesario considerar los primeros cuatro países para superar el 50%. Por el contrario, en el caso de las importaciones sobresale claramente España como país de origen, ya que de allí proviene poco más de la mitad (el 51%) de los productos editoriales adquiridos. Los montos restantes se reparten entre una multiplicidad de países, ninguno de los cuales supera el 7% sobre los totales importados.

Otra cuestión que surge es la preeminencia de los países de América Latina en las exportaciones, frente a la importancia de Europa fundamentalmente, y otros orígenes, en las importaciones: en el primer caso, los destinos extra americanos representan solo el 11% de los totales exportados, mientras que en el segundo caso Europa, EE.UU. y Asia concentran el 66% de las importaciones.

Gráfico 46

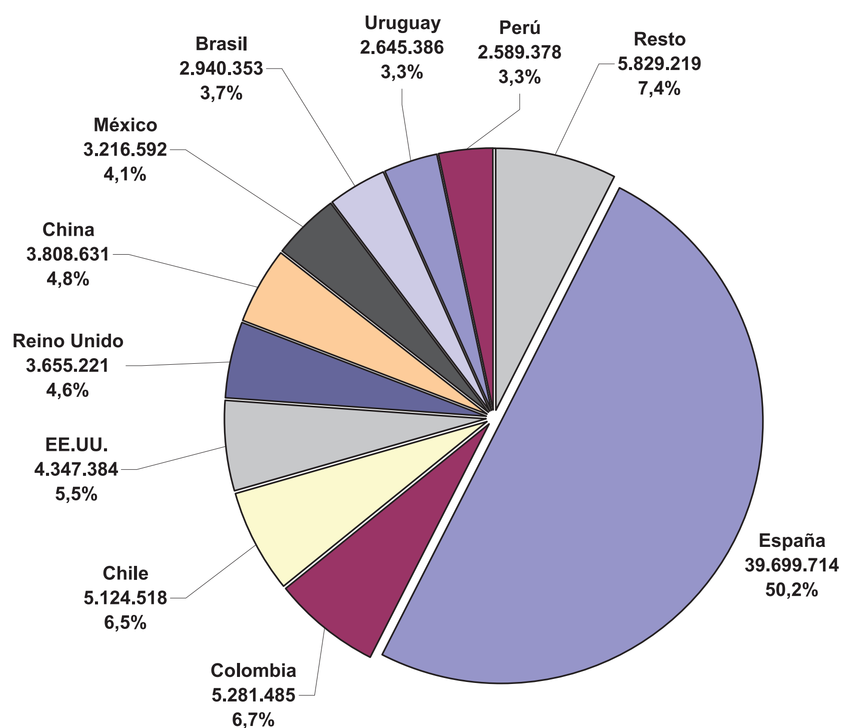
Exportaciones de bienes característicos de la industria editorial según destino
Argentina - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 47

Importaciones de bienes característicos de la industria editorial según origen
Argentina - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

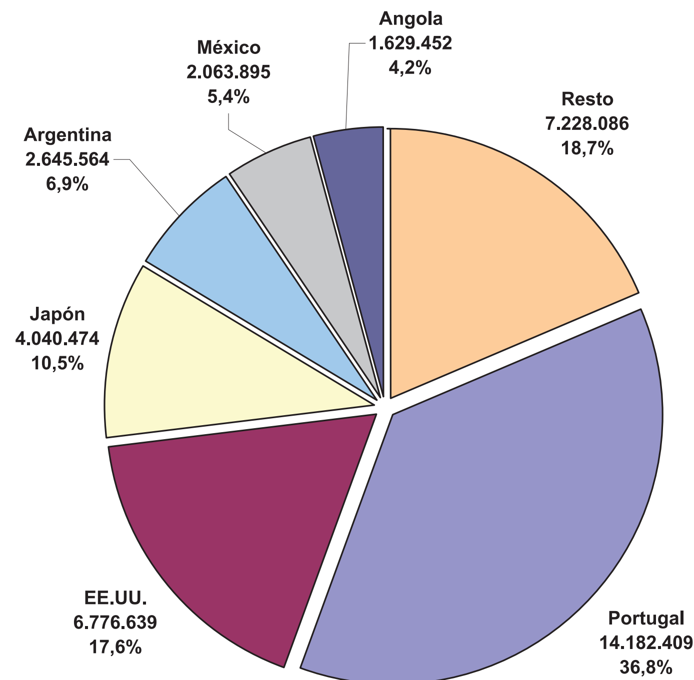
BRASIL

En los *Gráficos 48 y 49* se presenta la misma información para el caso de Brasil. A diferencia de lo que sucede en la Argentina, aquí parece haber una importante concentración tanto en el destino de las exportaciones como en el origen de las importaciones: en el primer caso, Portugal concentra el 37% de los totales exportados, y si se agregan los dos países siguientes en magnitud (EE.UU. y Japón), se reúne al 65% del total; en el caso de las importaciones, los primeros cuatro países (EE.UU., España, Reino Unido y Argentina) concentran casi tres cuartas partes del total, distribuyéndose los montos restantes en una multiplicidad de países.

Es significativa, en ambos casos, la baja importancia relativa de América Latina en el destino y el origen de los bienes editoriales: tanto para las exportaciones como para las importaciones, solo un 12% se dirige a o proviene de países de esta región.

Gráfico 48

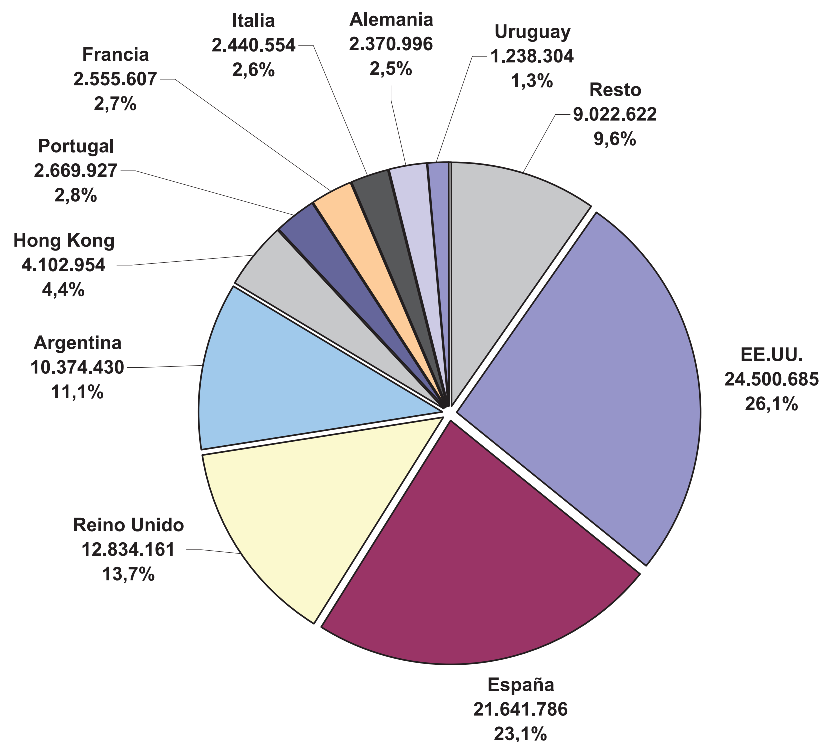
Exportaciones de bienes característicos de la industria editorial según destino
Brasil - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 49

Importaciones de bienes característicos de la industria editorial según origen
Brasil - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

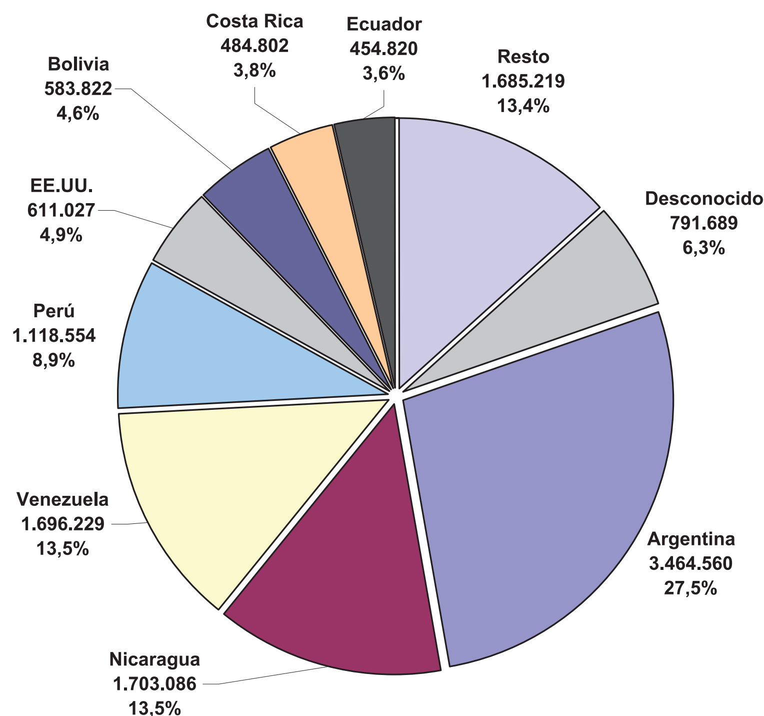
CHILE

La información relativa a Chile presentada en los *Gráficos 50 y 51* permite observar algunas cuestiones interesantes. Respecto de las exportaciones, sobresale la Argentina como país de destino, con un 27% del total. Los montos restantes, sin embargo, se distribuyen entre una gran cantidad de países que concentran porciones menores, desde el 14% observado para el caso de Nicaragua hasta el 4% que recibe Ecuador. Es destacable también que, salvo un 5% destinado a EE.UU., los montos restantes se exportan íntegramente hacia América Latina.

En el caso de las importaciones, sobresale España como país de origen con un 32% del total. Si se suman los porcentajes correspondientes a los dos países que le siguen en importancia, Argentina (14%) y EE.UU. (11%), se totaliza un 57% de los valores importados concentrados en tres países, mientras que los montos restantes se distribuyen entre una multiplicidad de orígenes. Por otro lado, y contrariamente a lo que sucede con las exportaciones, América Latina pierde importancia como región de origen frente a otras regiones del mundo, especialmente Europa (motorizado por España) y EE.UU.

Gráfico 50

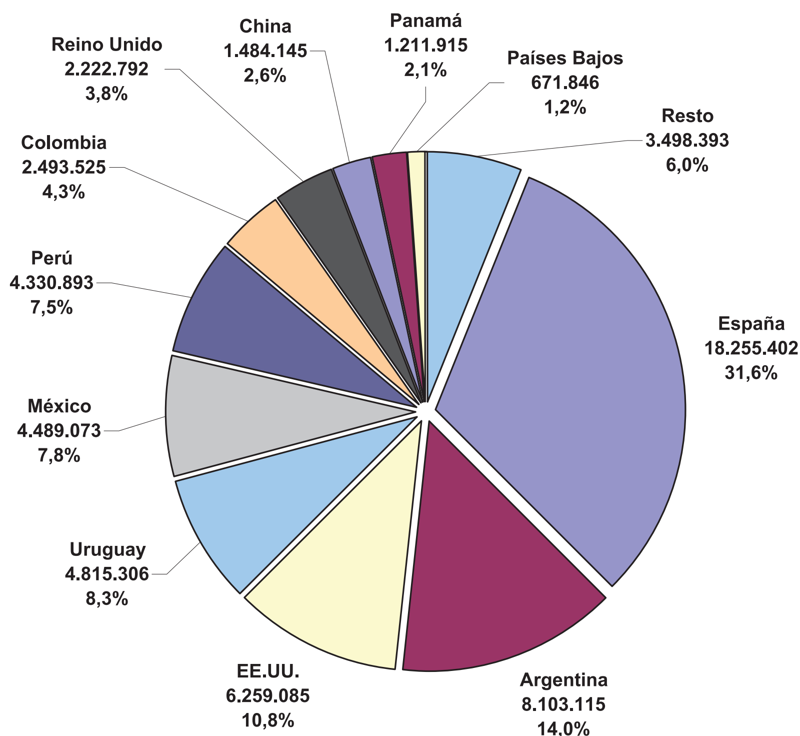
Exportaciones de bienes característicos de la industria editorial segun destino
Chile - Año 2006 - En dolares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 51

Importaciones de bienes característicos de la industria editorial según origen
Chile - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



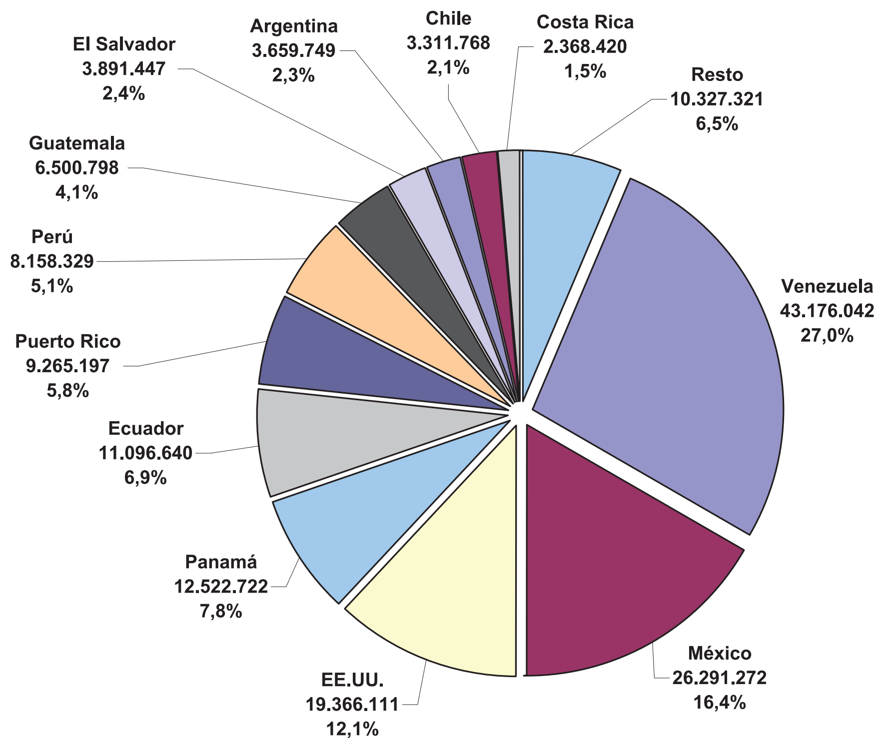
Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

COLOMBIA

El caso de Colombia (*Gráficos 52 y 53)* merece especial atención, ya que su industria editorial es la más importante entre los países analizados. Respecto de sus exportaciones, se destaca como destino Venezuela, que concentra un 28% de los montos. Al agregar los dos destinos que le siguen en importancia (México -17%- y EE.UU. -12%-) se completa un 57% del total exportado por este país. Los montos restantes se reparten entre una variedad de países, entre los que tienen preeminencia los pertenecientes a Centro América (Panamá, Puerto Rico, Guatemala, El Salvador y Costa Rica). Si bien no se cuenta con información detallada de esos países, la magnitud de sus economías permite aventurar que una gran parte de sus mercados editoriales está dominada por las importaciones provenientes de Colombia.

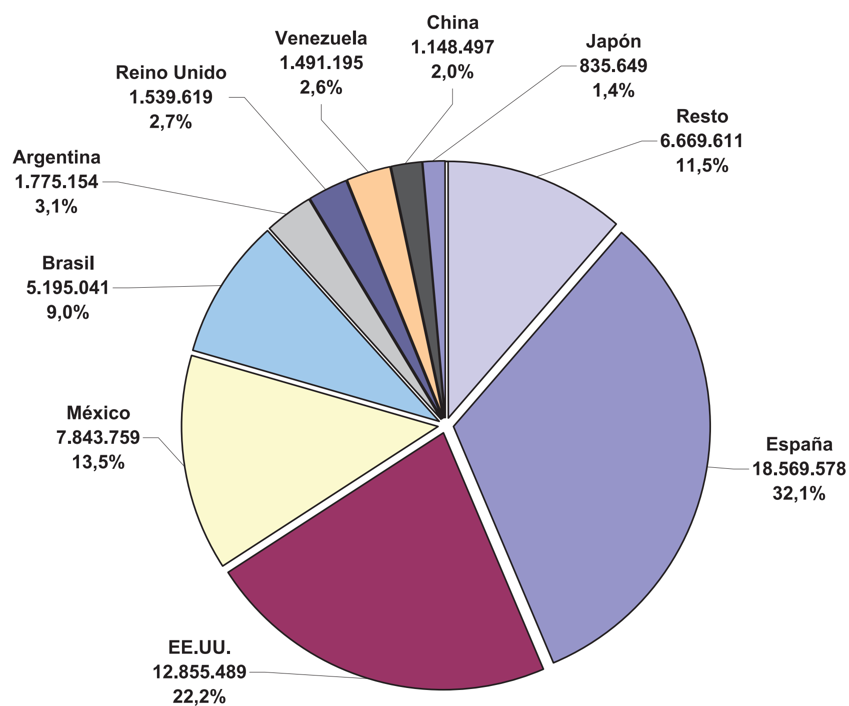
En el caso de las importaciones se destaca España como país de origen, con un 31% del total, seguido por EE.UU. (22%), México (14%) y Brasil (9%). Los montos restantes están repartidos entre una gran cantidad de países, cada uno de los cuales presenta una muy baja incidencia sobre el total.

Gráfico 52



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 53



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

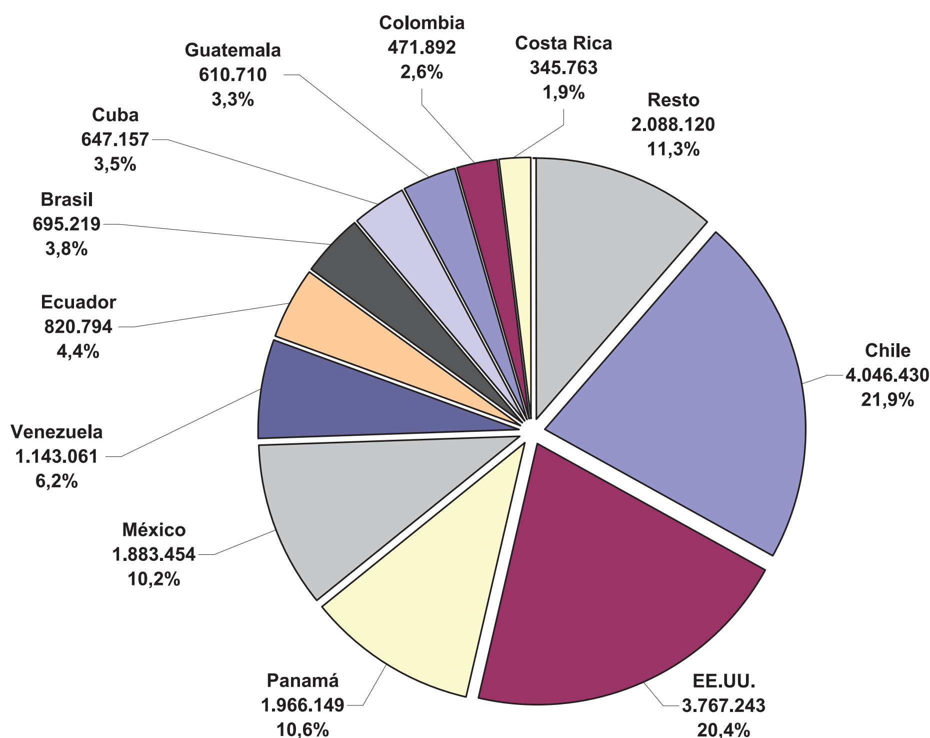
PERÚ

En el caso de las exportaciones del Perú *(Gráfico 54)* se observa que dos países concentran poco menos de la mitad del total de bienes editoriales que este país vende al exterior: Chile, con un 22%, y EE.UU., con un 20%. Les siguen luego Panamá y México, con un 11% y un 10%, respectivamente. Los montos restantes se reparten entre una gran cantidad de países. Es significativo que, a excepción de EE.UU., todos los restantes destinos pertenecen a Latinoamérica.

En el caso de las importaciones *(Grafico 55)* el grado de concentración en los orígenes parece ser levemente mayor, ya que dos países reúnen casi la mitad (49%) del total importado: Colombia con un 26%, y España con un 23%. Le sigue EE.UU. con un 13%, y China con un interesante 8%. Los montos restantes se dividen entre varios países menores.

Gráfico 54

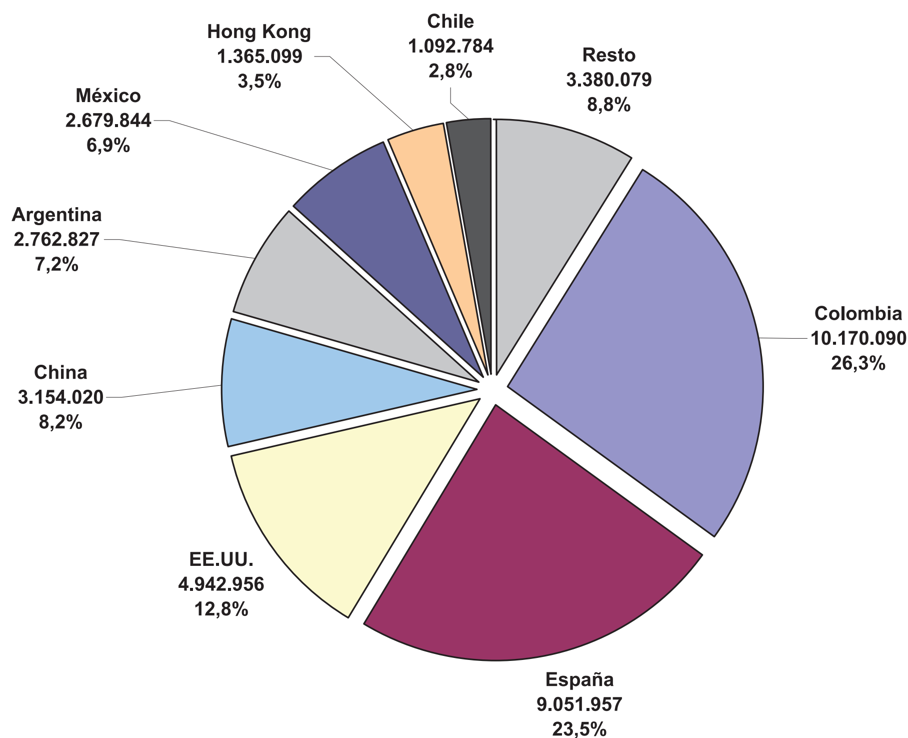
Exportaciones de bienes característicos de la industria editorial según destino
Perú - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 55

Importaciones de bienes característicos de la industria editorial según origen
Perú - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

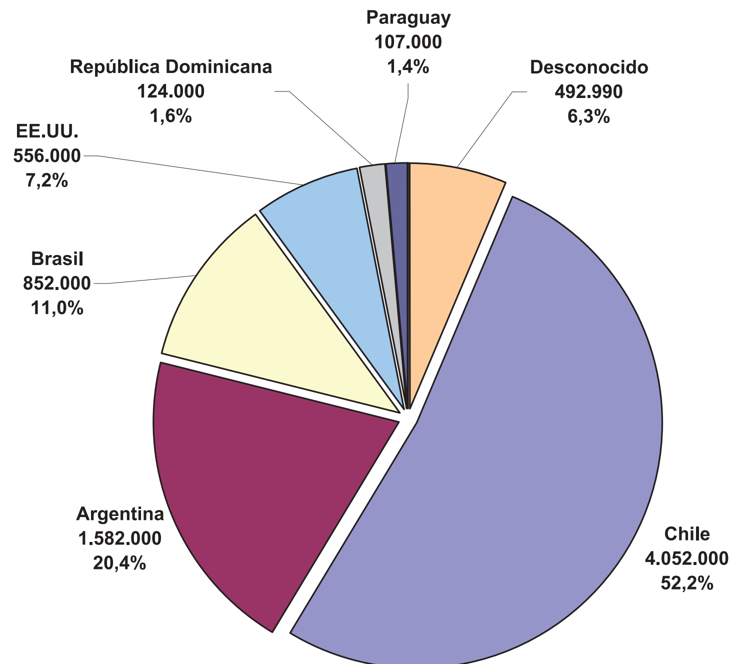
URUGUAY

En el análisis de los datos referidos al Uruguay *(Gráficos 56 y 57)* se destaca el importante grado de concentración, tanto para las exportaciones como para las importaciones. En el primer caso Chile es el destino del 53% de los bienes editoriales exportados, seguido por la Argentina con un 20% y Brasil con un 11%. De esta manera 3 países reciben el 84% de los totales exportados.

Desde Argentina llegan, por otro lado, el 53% de estos bienes que Uruguay compra en el exterior. Es interesante observar también que son sólo cuatro los países de origen de las importaciones, lo cual es lógico si se atiende a la baja magnitud de estas transacciones pero contrasta con lo observado en los restantes países de la región, mucho más diversificados.

Gráfico 56

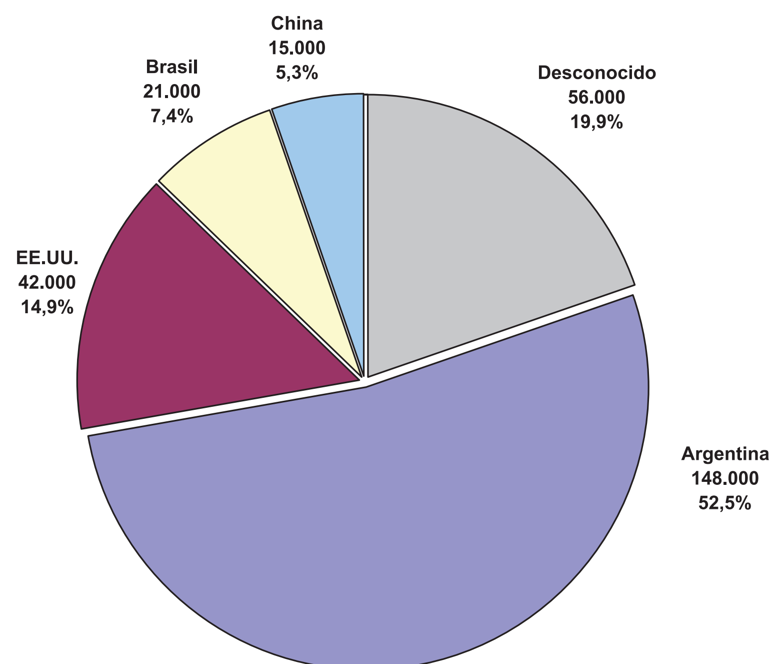
Exportaciones de bienes característicos de la industria editorial según destino
Uruguay - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 57

Importaciones de bienes característicos de la industria editorial según origen
Uruguay - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

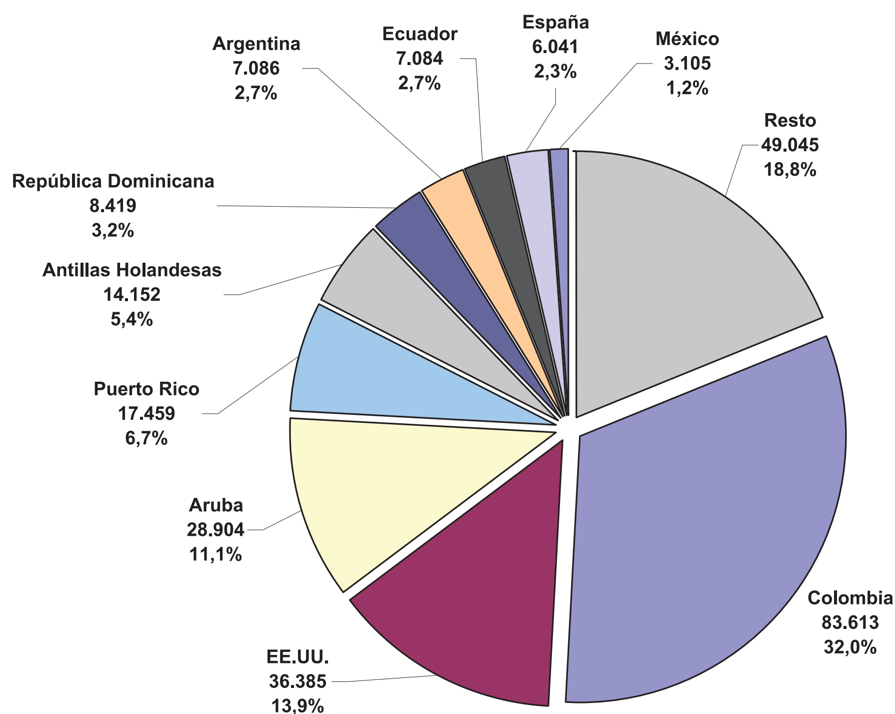
VENEZUELA

Finalmente, en el caso de las exportaciones venezolanas *(Gráfico 58)* sobresalen 3 destinos: Colombia (32%), EE.UU. (14%) y Aruba (11%). Sin embargo, es importante recordar aquí lo reducido de los montos totales exportados: esos tres países sumados no llegan a los 150 mil dólares.

Al observar las importaciones *(Gráfico 59)* se puede detectar un importante grado de concentración en el origen de estos bienes: Colombia representa el 48% del total, destacándose claramente del resto de los países. En un lejano segundo lugar aparece España, con un 20%. Más atrás EE.UU. y México ocupan un 10% y un 9%, respectivamente, repartiéndose los montos restantes entre un gran grupo de países.

Gráfico 58

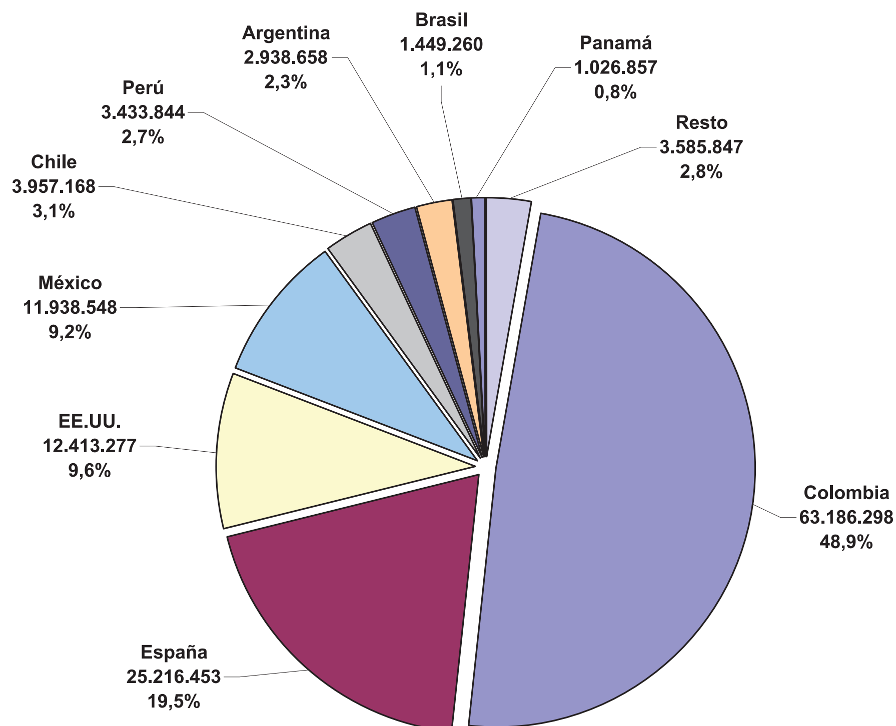
Exportaciones de bienes característicos de la industria editorial según destino
Venezuela - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 59

Importaciones de bienes característicos de la industria editorial según origen
Venezuela - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

LA REGIÓN Y EL MUNDO

Una vez analizado el destino y el origen del comercio exterior de bienes editoriales para cada uno de los países relevados, y teniendo en cuenta algunos de los datos observados, resulta interesante trabajar con el agregado de los 7 países. Lo que se pretende analizar aquí es la importancia del comercio intrarregional (es decir, lo que los países analizados exportan hacia los países de América Latina y lo que reciben de esos mismos países), para compararla con la relevancia que adquieren algunos países extra regionales, en particular España y EE.UU[17].

En el *Gráfico 60* se presenta la información de las exportaciones de los 7 países analizados. Allí se puede observar que más de tres cuartas partes de las mismas, específicamente el 77%, se dirigen hacia países del continente americano. En tanto que EE.UU., analizado separadamente de América, recibe el 12% de los montos exportados; España, solo un 2%, mientras que el resto del mundo agrupa un 9%.

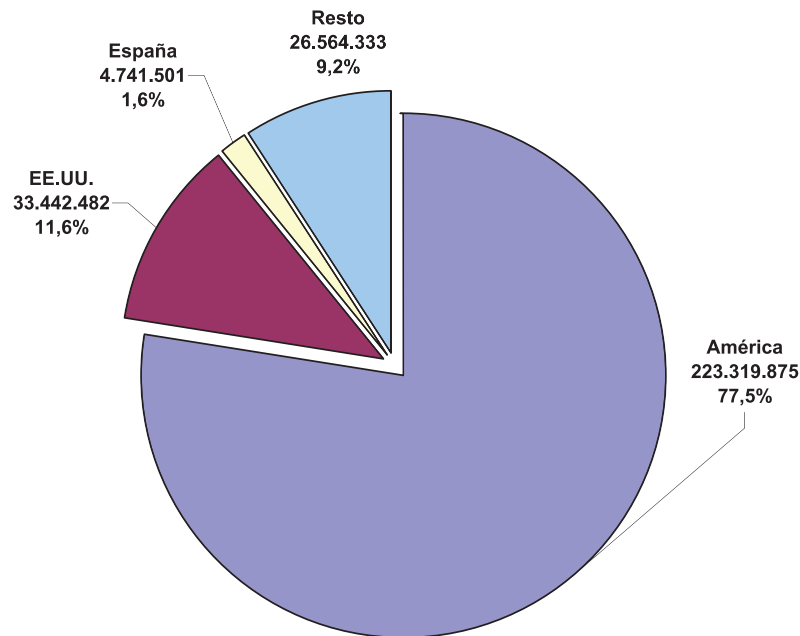
La situación cambia muy significativamente cuando se analiza el cuadro de las importaciones *(Gráfico 61)*, ya que América pierde importancia relativa frente a otros países y regiones: solo el 41% de los bienes editoriales que los 7 países analizados importan proviene de países de América (exceptuando los EE.UU.). España, por el contrario, gana espacio como país proveedor de bienes editoriales, ya que de allí se importa el 29% de los mismos. La participación relativa de los EE.UU. se mantiene equilibrada, representando ahora el 14%, y aparece el Reino Unido con un 5%. Finalmente, el 11% remanente proviene de los restantes países del mundo.

A través de estos datos podemos ver que los 7 países analizados presentan una marcada dependencia de América (excepto EE.UU.) como mercado de exportación de sus productos editoriales. No sucede lo mismo, sin embargo, con las importaciones, en donde la importancia de América como región de origen decae, siendo España fundamentalmente, y EE.UU. en segundo lugar, los países que ocupan el lugar de proveedores destacados de bienes editoriales.

[17] Como ya se ha aclarado en la nota anterior, los datos analizados presentan inconsistencias. Al trabajar en esta sección con los datos agregados, se agregan también las inconsistencias, que adquieren así magnitudes mayores.

Gráfico 60

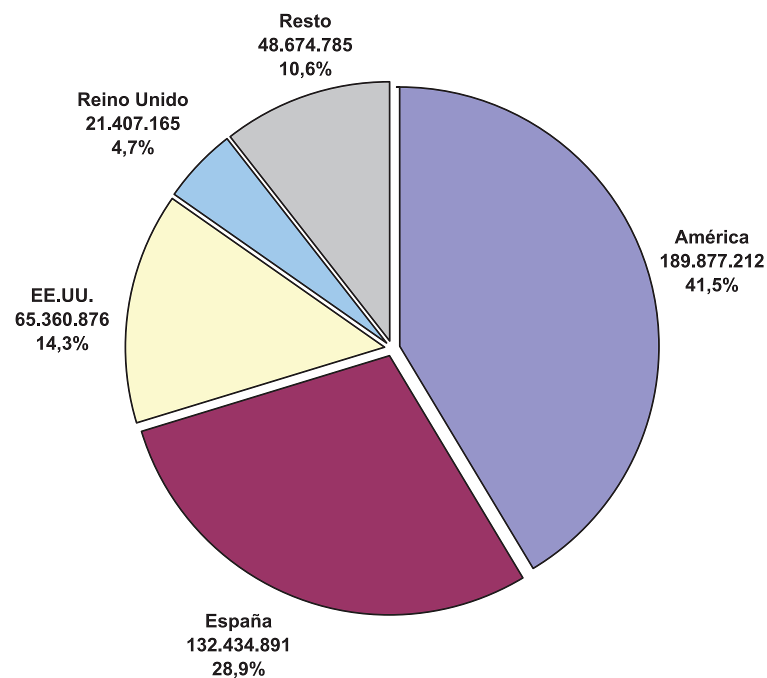
Exportaciones de bienes característicos editoriales según destino
Selección de países y continentes
7 países de América del Sur - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 61

Importaciones de bienes característicos editoriales según origen
Selección de países y continentes
7 países de América del Sur - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



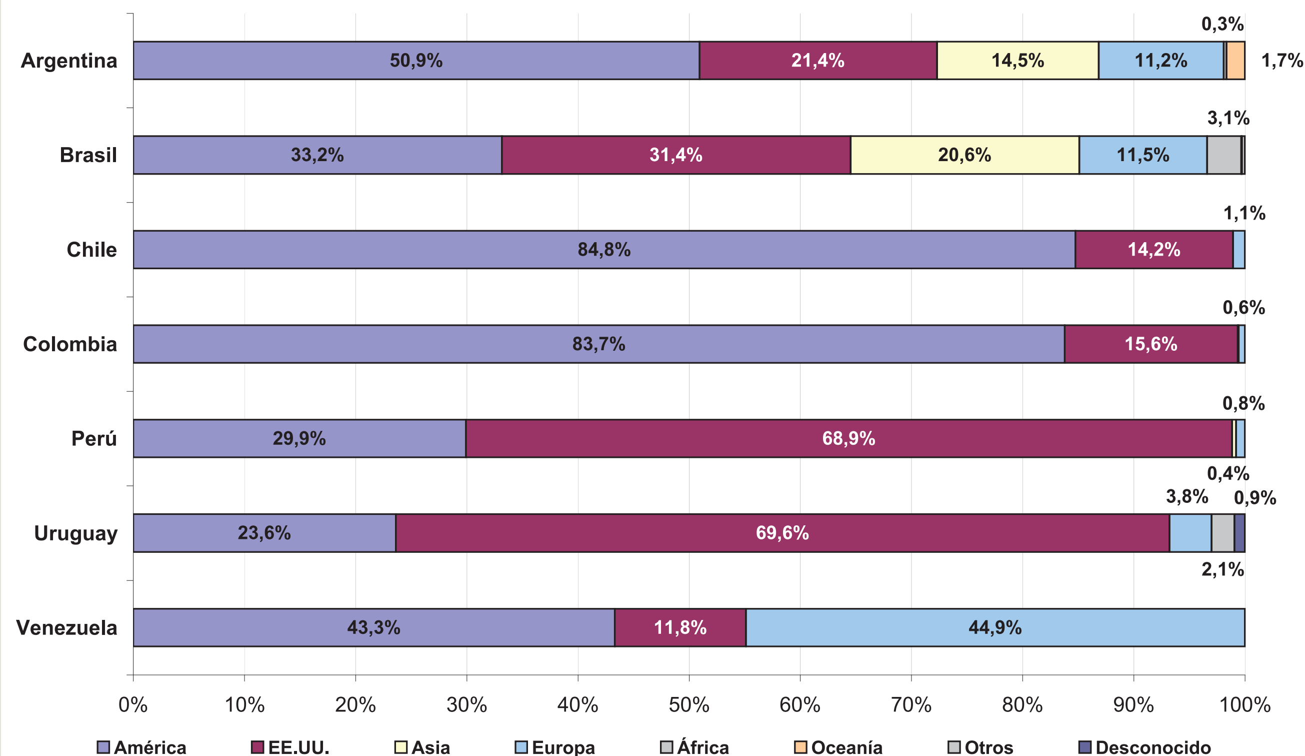
Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

CAPÍTULO 10:
ORIGEN Y DESTINO DE LOS BIENES FONOGRÁFICOS Y AUDIOVISUALES

Es el turno ahora de analizar el comportamiento exportador e importador de bienes característicos de la industria audiovisual y fonográfica para cada uno de los países relevados. Nuevamente, se pondrá la mirada sobre el origen y el destino de estos productos[18].

En los dos gráficos que se presentan a continuación *(Gráficos 62 y 63)* se observa el origen y destino según continente. Esta información no será analizada de manera particular, sino que se utilizará como complemento en la descripción que se hará de cada país en base a la información desagregada según países de origen y destino que se presenta en los gráficos subsiguientes *(Gráficos 64 a 77)*.

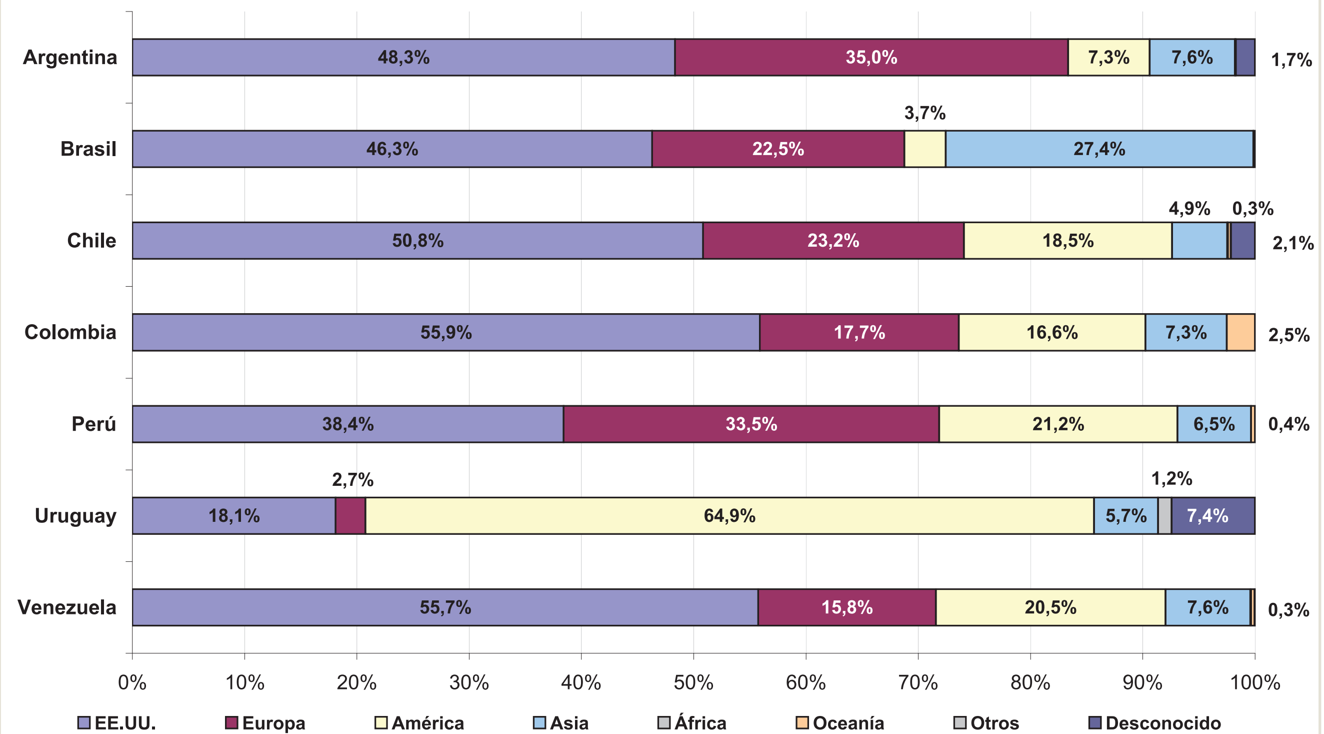
Gráfico 62



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

[18] El análisis detallado por origen y destino de los bienes característicos audiovisuales (films) ha sido obviado: los montos presentados por cada país para esa industria son demasiado pequeños, lo que hace inconducente un análisis de los mismos.

Gráfico 63



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

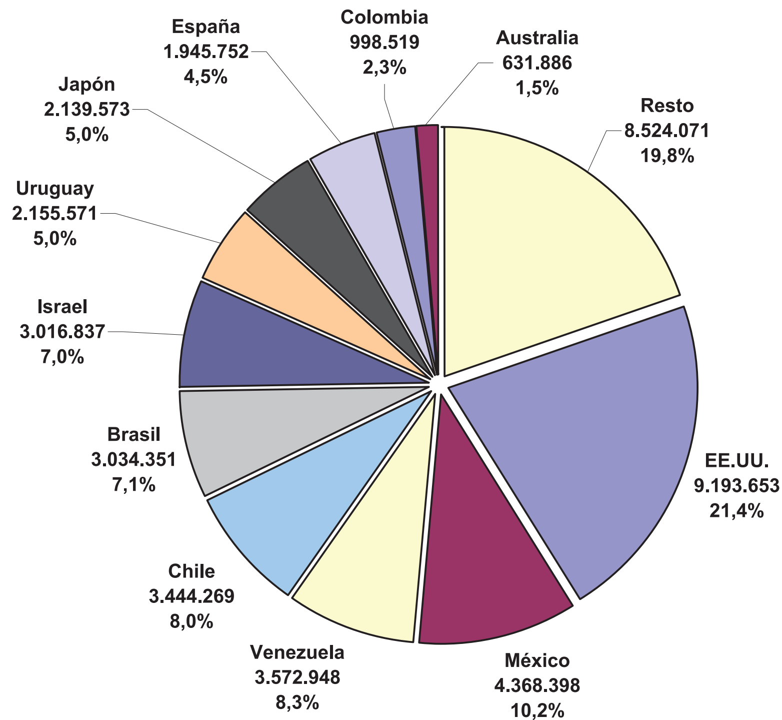
ARGENTINA

El caso de Argentina aparece reflejado en los *Gráficos 64* y *65.* Respecto de las exportaciones, lo que sobresale es la gran dispersión en los destinos de las mismas: EE.UU. concentra el 21% del total y le sigue México con un 10%, apareciendo luego una gran cantidad de destinos que concentran menos de un 8%. Es significativo también que en la categoría "Resto" se agrupa casi un 20% de las exportaciones, incluyendo allí países que no superan en ningún caso el 1,5%.

No ocurre lo mismo con las importaciones, donde EE.UU. es el origen de casi el 50% de los montos, seguido en un lejano segundo puesto por los Países Bajos, que reúnen el 14%. A partir de allí una multiplicidad de países agrupan, cada uno de ellos, montos inferiores al 5%. Es interesante remarcar aquí la bajísima incidencia que Latinoamérica tiene para la Argentina (en total solo un 7% de las importaciones provienen de la región, siendo Brasil el país más relevante con un 2,9%), mientras que la participación del continente europeo asciende al 35% (lo que contrasta con el 11% que este continente recibía desde la Argentina).

Gráfico 64

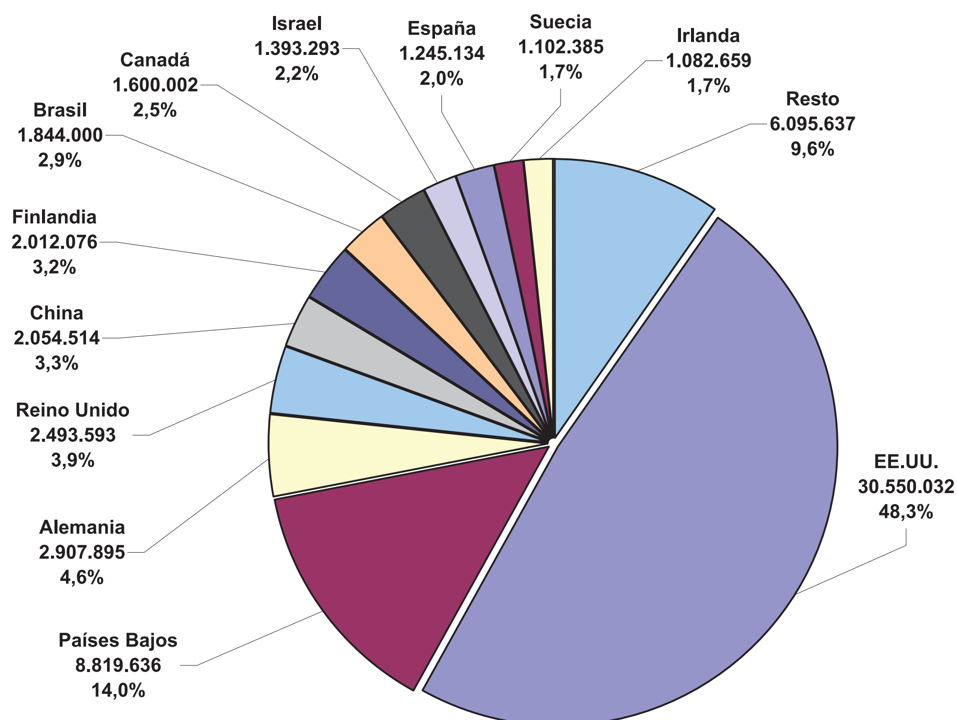
Exportaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según destino
Argentina - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 65

Importaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según origen
Argentina - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

BRASIL

En el caso brasileño *(Gráficos 66 y 67)* se puede observar un importante grado de concentración en el destino de las exportaciones: tres países reciben más de tres quintas partes del total (EE.UU. -31,4%-, Japón -17,5%- y Colombia -14,6%-).

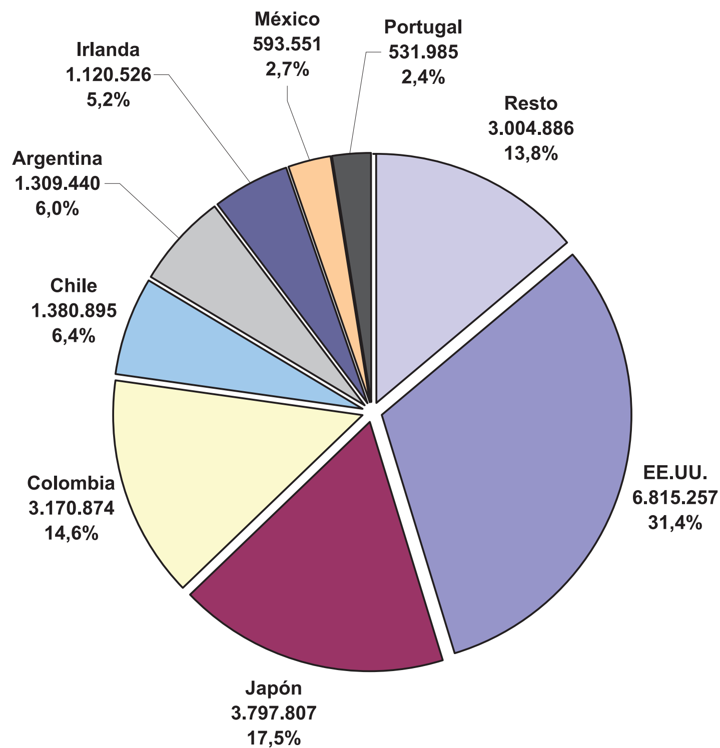
En el caso de las importaciones, EE.UU. aparece como el origen destacado reuniendo más del 46% de los montos totales importados, seguido muy atrás por Japón, China y Alemania (10,3%, 7,6% y 6,9% respectivamente). Estos cuatro países concentran así cerca de tres cuartos del total. Respecto de América Latina, la participación de la región aparece aquí más desdibujada incluso que en el caso de la Argentina: solo un 3,7% de los productos provienen de allí, lo que contrasta con la importancia que adquiere Asia, de donde se importa el 27,4% del total.

Es interesante aquí resaltar un elemento importante, observable en las exportaciones de estos bienes: la diversificación en los destinos que han logrado Argentina y Brasil. Solo estos dos países, entre los 7 analizados, logran acceder al mercado asiático y tienen una parte significativa de sus exportaciones de bienes audiovisuales y fonográficos localizada en el mercado europeo[19].

[19] Venezuela –cuyo caso se analiza en detalle más adelante- exporta el 45% de estos bienes hacia Europa, pero el monto total asciende a 25 mil dólares.

Gráfico 66

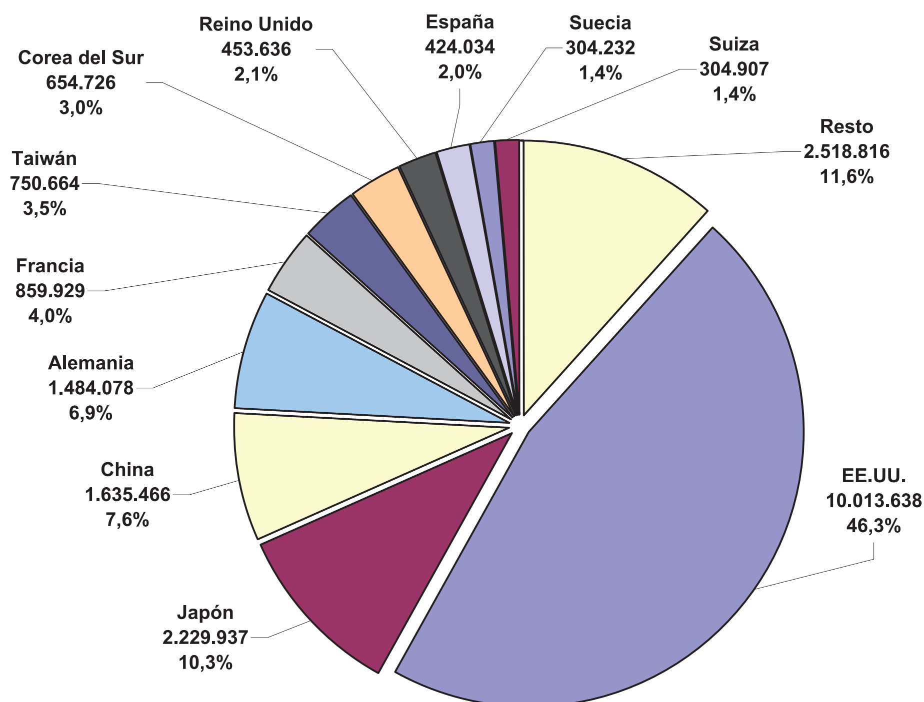
Exportaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según destino
Brasil - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 67

Importaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según origen
Brasil - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

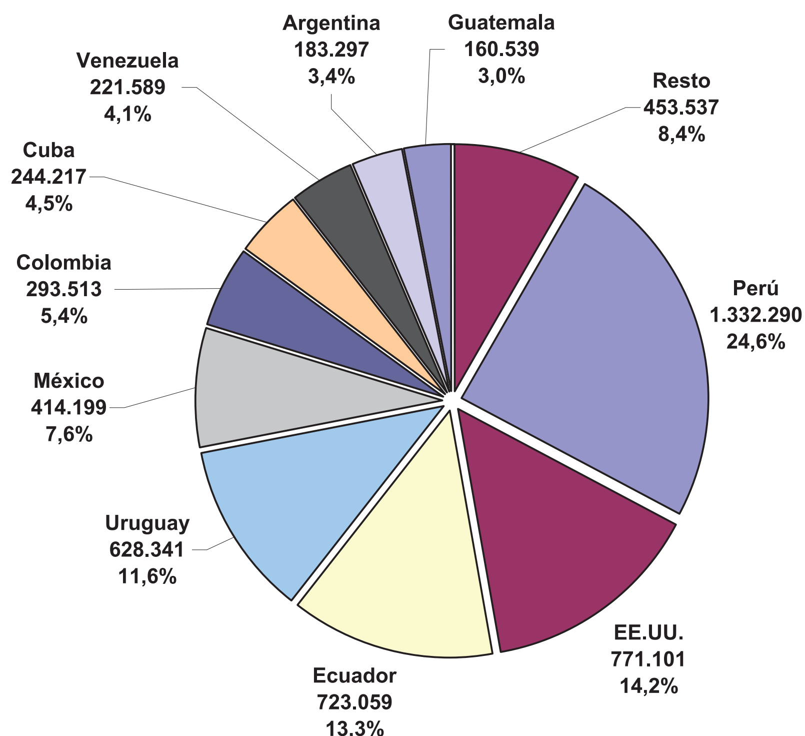
CHILE

El caso de las exportaciones chilenas *(Gráfico 68)* se diferencia significativamente de los dos ya analizados, no solo por los montos totales (que son notoriamente más bajos) sino fundamentalmente por el destino que estos bienes tienen: América Latina concentra casi el 85% del total exportado, liderado por Perú con un 24,6%, y repartido luego en una gran cantidad de destinos que reciben porcentajes menores. EE.UU. reúne casi el 15% de las exportaciones, apareciendo como el segundo destino en importancia, pero desdibujado frente a la importancia de la región latinoamericana. Apenas un 1,1% de las exportaciones se dirige a destinos extraamericanos, específicamente a la Polinesia.

Respecto de las importaciones *(Gráfico 69)*, y en coincidencia con lo visto para Argentina y Brasil, se observa una fuerte preponderancia de los EE.UU. como país de origen: el 52% de los montos provienen de allí. El 48% restante se distribuye en una gran cantidad de países que no superan, en ningún caso, los 7 puntos porcentuales. Sin embargo, y a diferencia de lo ocurrido en los dos países ya reseñados, la región latinoamericana tiene aquí un impacto más marcado: 18,5% de los montos importados provienen de allí, siendo Argentina (7,2%) y Brasil (5,5%) los países más significativos.

Gráfico 68

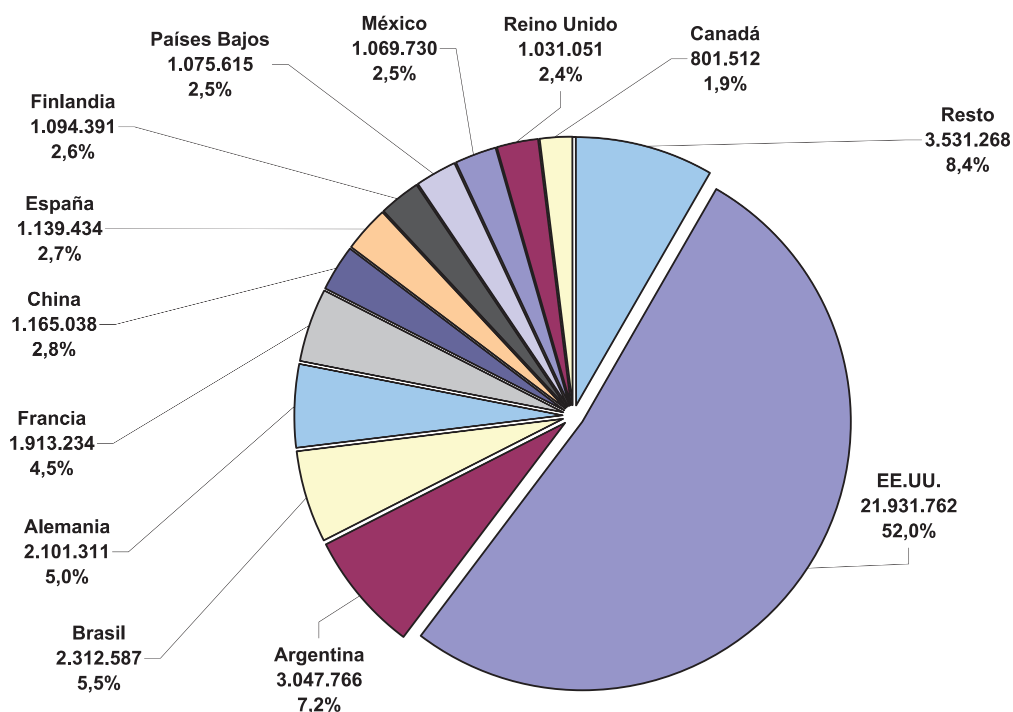
**Exportaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según destino
Chile - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje**



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 69

**Importaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según origen
Chile - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje**



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

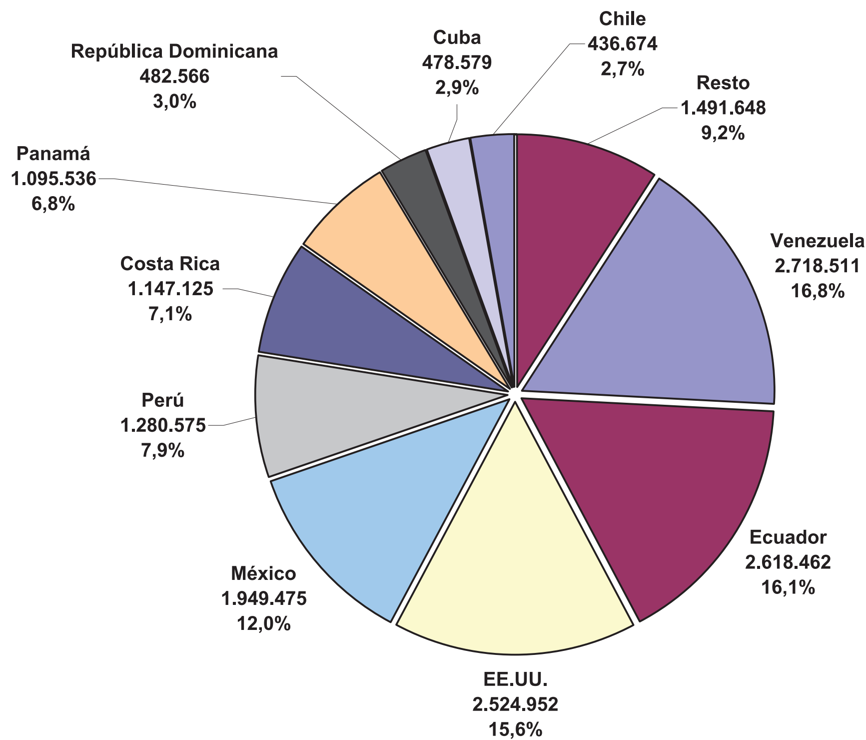
COLOMBIA

En *Gráfico 70* se presentan las exportaciones colombianas. De manera similar a lo que ocurre en el caso chileno, América Latina aparece como el destino privilegiado, ya que esa región recibe cerca del 84% de los montos exportados, destacándose dos países fronterizos, Venezuela y Ecuador, que reciben cada uno de ellos cerca de un 16% del total. Siguiendo con las semejanzas con el caso chileno, apenas un 0,6% de las exportaciones se orientan a mercados no americanos.

En el caso de las importaciones *(Gráfico 71)* se mantiene la preeminencia de EE.UU. como país de origen, ya que de allí provienen el 55,9% de los totales importados. El país que le sigue en magnitud, Alemania, apenas concentra un 6,4%, lo que resalta la concentración en el origen de los bienes aquí analizados.

Gráfico 70

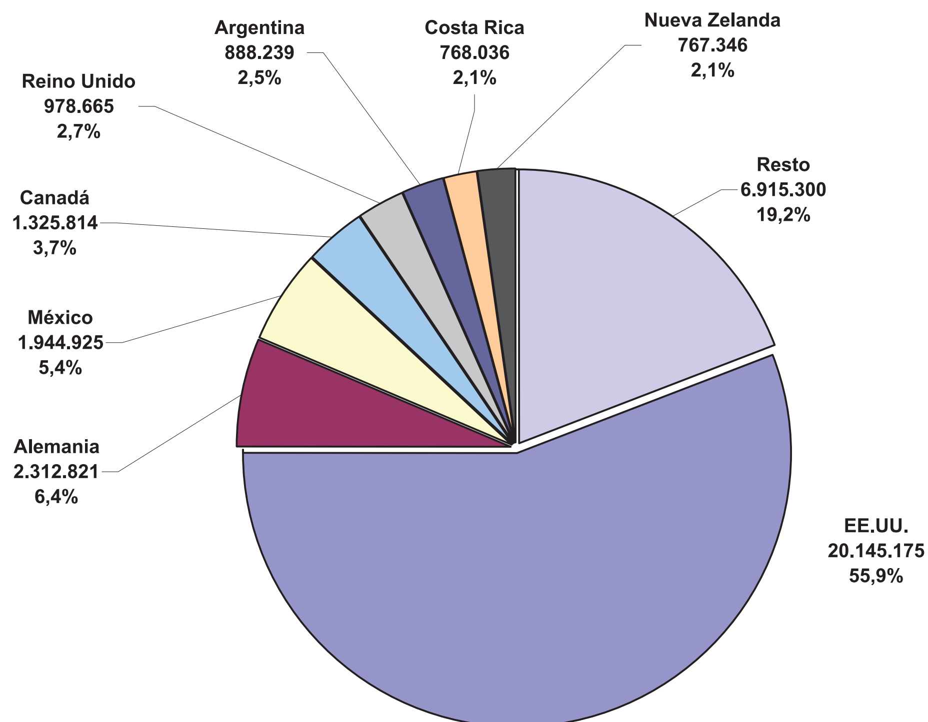
Exportaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según destino
Colombia - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 71

Importaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según origen
Colombia - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

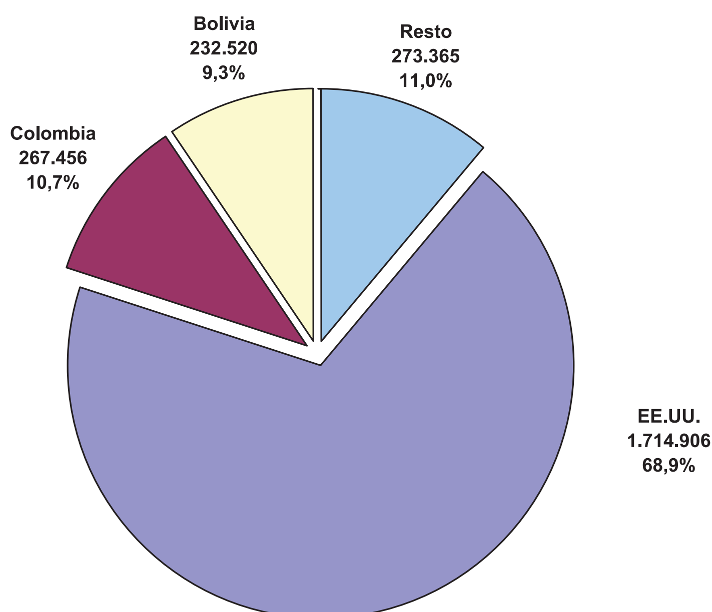
PERÚ

En el *Gráfico 72* se pueden observar las exportaciones que realizó Perú. Si bien el monto total es bajo (no llega a los 2,5 millones de dólares), casi el 70% de ese total está dirigido a los EE.UU., seguido por Colombia (10,7%) y Bolivia (9,3%).

Respecto de las importaciones *(Gráfico 73)*, si bien sobresale EE.UU. como país de origen (38,4%), su participación es significativamente menor que la observada en los restantes países (a excepción del caso uruguayo, analizado a continuación). En cambio, es muy fuerte la participación de Europa (casi un 34%) liderada por Alemania, origen del 23,4% del total de estos bienes. Dentro de América Latina, Colombia y Chile son los países más destacados, con porcentajes cercanos al 6%.

Gráfico 72

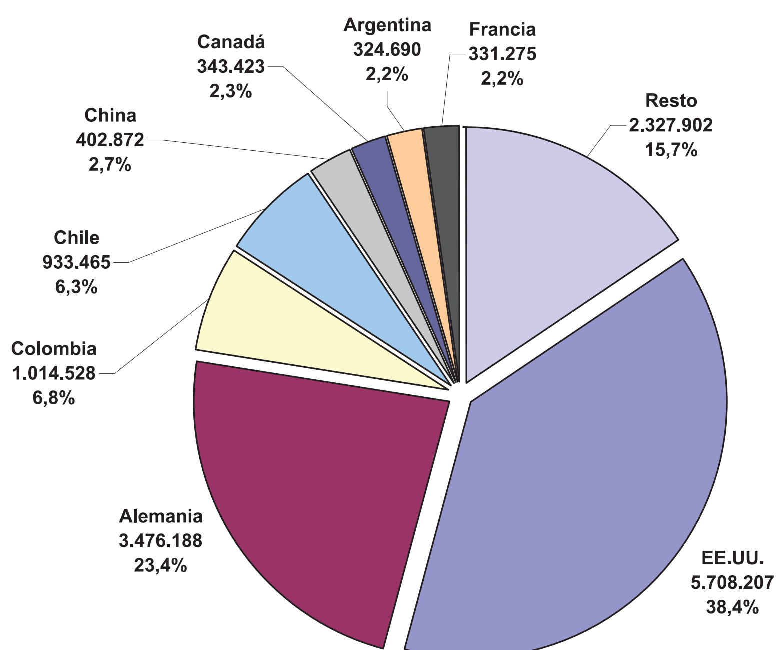
Exportaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según destino
Perú - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 73

Importaciones de bienes característiccos fonográficos y audiovisuales según origen
Perú - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

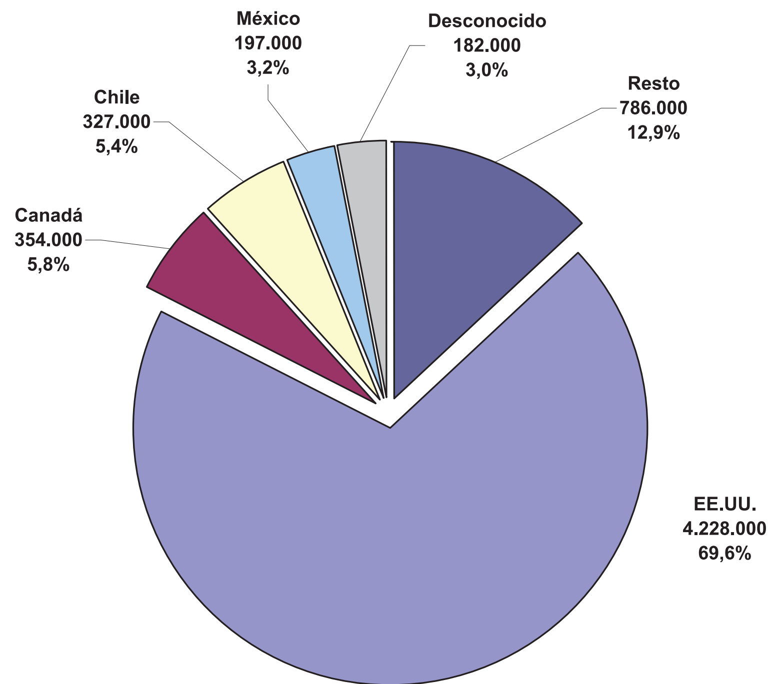
URUGUAY

El caso uruguayo es especialmente interesante: si bien los montos totales son bajos (lo que se corresponde con el tamaño de esta economía) es el único país entre los analizados en el que el comercio exterior de bienes audiovisuales y fonográficos es significativamente superavitario. Esto se combina con una estructura de destinos y orígenes extraña en comparación a la que presentan los restantes países: EE.UU. es el destino destacado de las exportaciones *(Gráfico 74)*, ya que recibe casi el 70% del total, mientras que los montos restantes de destinan fundamentalmente a América Latina.

Pero es en las importaciones *(Gráfico 75)* donde se observan los datos más novedosos: América Latina es el origen del 65% del total de las importaciones, concentradas casi en su totalidad en la Argentina (56,7% del total). EE.UU., por su parte, solo aporta un 18,1%.

Gráfico 74

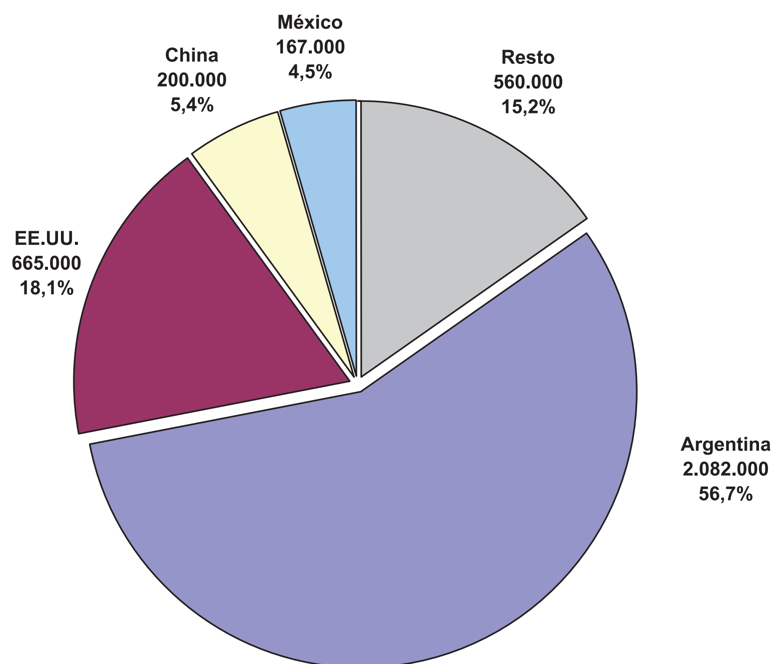
Exportaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según destino
Uruguay - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 75

Importaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según origen
Uruguay - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

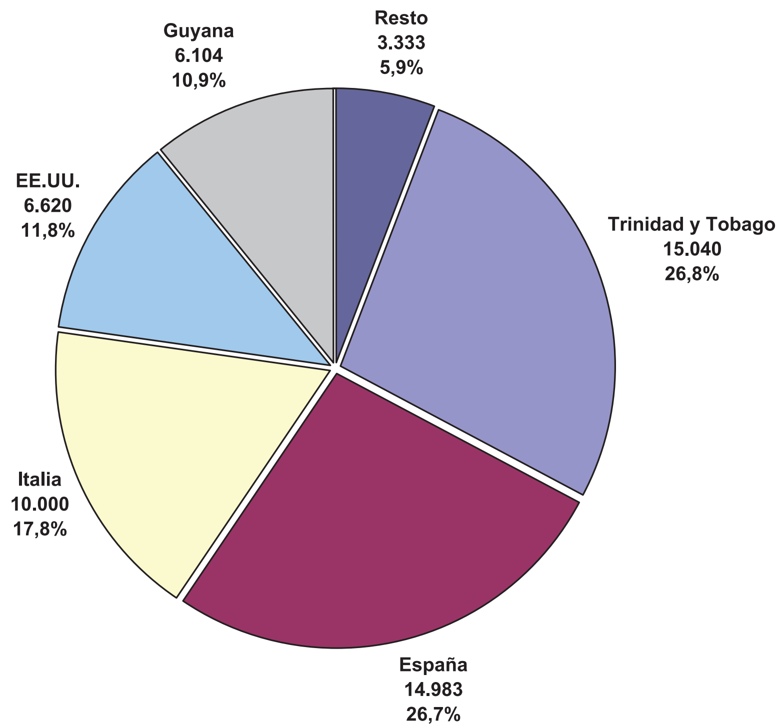
VENEZUELA

El caso venezolano debe ser analizado con cuidado, ya que los montos exportados e importados en bienes fonográficos y audiovisuales divergen significativamente: mientras los primeros apenas llegan a 56 mil dólares, los segundos superan los 52 millones.

El *Gráfico 76* muestra el destino de las exportaciones, destacándose Trinidad y Tobago (26,8%) y España (26,7%), seguido más atrás por Italia (17,8%) y EE.UU. (11,8%). Respecto de las importaciones *(Gráfico 77)* se destaca EE.UU. como país de origen, con un 55,7% del total, mientras que el porcentaje restante se distribuye entre una gran cantidad de países que no superan en ningún caso el 8% del total. Si se agrega la información y se analizan los continentes de origen, Europa representa el 15,8% y América el 20,5%.

Gráfico 76

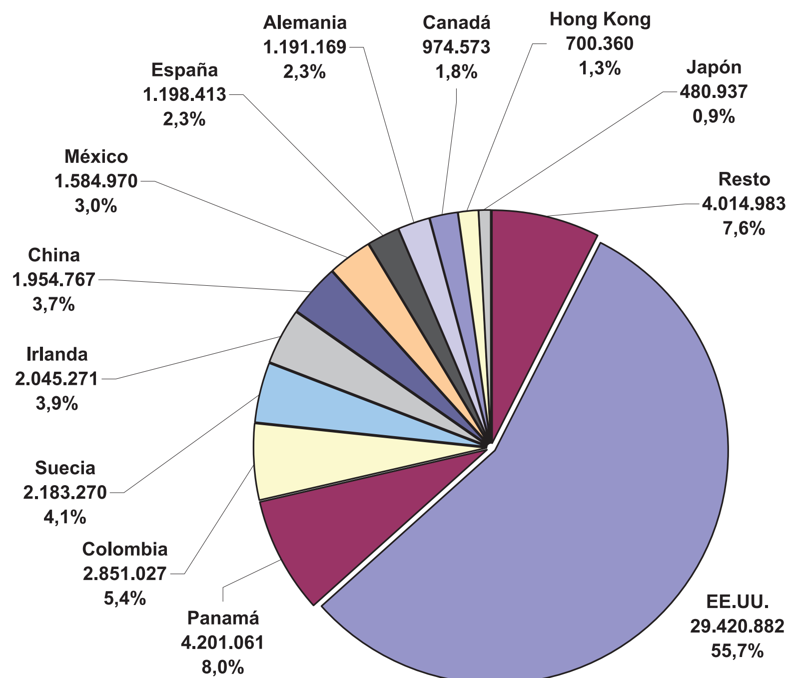
Exportaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según destino
Venezuela - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 77

Importaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según origen
Venezuela - Año 2006 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

CAPÍTULO 11: CONCLUSIONES

La información sobre el comercio exterior de bienes culturales en el año 2006 para siete países de América del Sur permite esbozar una serie de interesantes conclusiones.

1. Por un lado, es posible observar dos tendencias bien marcadas en lo que respecta a los términos del intercambio comercial cultural de los países analizados. De una parte, aparece Brasil con un comportamiento fuertemente exportador –sobre todo de bienes conexos a las industrias culturales– y por otro, el resto de los países, con volúmenes de exportación mucho menores y comercializando fundamentalmente bienes característicos de la cultura. Ahora bien, si se realiza un ejercicio de selección y se analiza la tendencia tomando únicamente los bienes característicos, surge un nuevo panorama: el comportamiento distintivo de Brasil desaparece y ahora es posible vislumbrar siete países que exportan bienes en escasos volúmenes, destacándose con alguna preeminencia Colombia, Argentina y Brasil. Es decir que la excepcionalidad de Brasil como gran exportador de bienes culturales sólo se sustenta en su carácter de país industrializado que vende al resto del mundo grandes cantidades de reproductores de DVDs, minicomponentes, televisores, etc. Pero no se distingue del resto por su tendencia a exportar bienes característicos de la cultura, ya que en este caso las situaciones de Colombia y Argentina aparecen como más significativas.

2. Si, en cambio, se observa el comportamiento importador de bienes culturales de estos siete países, las tendencias que surgen son diferentes. Ahora, Argentina y Colombia se destacan claramente del resto de los países por su alto componente importador (medido en términos porcentuales fundamentalmente, pero también en valores absolutos). El resto, si bien en muchos casos importa más de lo exporta, no muestra volúmenes sustantivos en términos comparativos con estos dos países. No obstante, si profundizamos la mirada sobre el tipo de bienes importados y nos centramos exclusivamente en los característicos, el caso que se destaca es el de Venezuela, que pasa a mostrar, tanto en montos como en porcentaje, los valores más importantes, superando largamente tanto a la Argentina como a Colombia como país importador de cultura. Si esto se combina con el pobre comportamiento exportador evidenciado por ese país, los datos parecerían mostrar aquí una fuerte penetración cultural combinada con una escasa capacidad para difundir la cultura venezolana en el resto del mundo.

3. Estas dos situaciones llevan a detenerse en la balanza comercial de bienes culturales. Una vez más, Brasil se distingue del resto: es el único país de la región que muestra un balance superavitario, explicado fundamentalmente por la envergadura de sus exportaciones de bienes conexos. Los seis países restantes, en cambio, muestran saldos negativos. Ahora bien, si nuevamente se seleccionan únicamente los bienes característicos, las balanzas comerciales se modifican. En este caso, todos los países, con la excepción de Colombia, muestran balances deficitarios. La situación de Colombia parece explicarse por la fortaleza que muestra su industria editorial: casi la totalidad de sus exportaciones pertenecen a esta rama de la industria. En tanto que los saldos negativos del resto de los países aparecen como un dato llamativo, merecedor de futuras reflexiones en profundidad. En efecto, si se tiene en cuenta que en el año 2006 todos los países mostraron saldos superavitarios en sus balances comerciales, no resulta lógico atribuir los déficit en la comercialización de bienes culturales a un tipo de cambio desventajoso, ni a un contexto internacional desfavorable; en suma, no es posible explicarlo por cuestiones generales de la macroeconomía nacional, regional o mundial. Entonces, ¿a que se debe? Sin lugar a dudas las lógicas de creación, producción, comercialización y distribución de la cultura han adquirido, especialmente en los últimos años, características muy particulares por lo que se considera que el análisis cultural tiene mucho por aportar en este punto.

4. Si se orienta la mirada hacia los tipos de bien comercializados también es posible arrojar algunas conclusiones. En primer término, si se analiza a la región en su conjunto, resulta indiscutible que los productos conexos son los que explican la mayor parte del intercambio internacional. Más específicamente, los bienes reproductores de fonogramas y películas son los de mayor peso. En tanto que los bienes característicos de la cultura, aquellos que directamente poseen un valor intangible, sólo explican 10% del intercambio cultural en la región. Ello equivale a unos 400 millones de dólares FOB, suma de poca significación en el total del comercio exterior regional. En este punto, resulta interesante realizar una digresión: aproximadamente el 70% de ese monto se genera a partir de la comercialización de libros, lo cual estaría mostrando interesantes potencialidades en la industria editorial en la región. Volviendo ahora al comportamiento regional, es preciso aclarar que este panorama de primacía de los bienes conexos de la industria fonográfica y audiovisual es explicado casi de manera absoluta por el comportamiento de Brasil. En efecto, al tratarse de una economía de gran tamaño, tan predominante en la región, es natural que su particular proceder incline el total regional hacia ello, pero en realidad este sesgo está ocultando los diferentes comportamientos de cada uno de los países analizados.

5. Si se observan entonces las diversas situaciones nacionales, es posible vislumbrar variadas tendencias. En principio, todos los países, excepto Brasil, son mayoritariamente exportadores de bienes característicos. Y en términos de monto, las exportaciones generadas por la venta de bienes característicos ponen en primer lugar a Colombia, en segundo a la Argentina y, en un lejano tercer puesto a Brasil; Perú, Chile y Uruguay muestran volúmenes de exportación similarmente bajos mientras que Venezuela prácticamente no genera divisas por este tipo de comercialización. En esta caracterización llama la atención de nuevo el caso de Brasil: ¿cómo puede explicarse que una economía tan importante genere tan poco volumen de exportaciones en este rubro?, ¿alcanza con recordar las limitaciones que podría generar el idioma portugués, único en la región? Una vez más, aparece la necesidad de sugerir estudios más profundos sobre al temática.

6. En cuanto al tipo de importaciones culturales de estos siete países, el panorama resulta mucho más homogéneo: prácticamente en todos los casos los bienes conexos son predominantes mientras que los característicos raramente alcanzan el 10% de las importaciones culturales. Dentro de este porcentaje sobresale mayoritariamente la compra de libros, valor que en términos monetarios es mucho mayor al obtenido por la venta de libros, con la llamativa excepción colombiana, que muestra una balanza editorial claramente superavitaria. No obstante ello, y resaltando la fortaleza que muestra el mercado editorial en la región, especialmente en Colombia y Argentina, es necesario recordar que, tal como se mencionara en la presentación de este informe, la medición del Sistema de Cuentas Nacionales no toma en cuenta el valor intangible de los bienes comercializados ni incorpora las particulares formas de distribución intra países que desarrollan las grandes firmas trasnacionales, protagonistas de la comercialización en casi todos los sectores de las industrias culturales. Esta aclaración resulta pertinente en este punto pues coloca un manto de duda respecto al intercambio internacional de filmes, videos y fonogramas. Ciertamente, no puede evaluarse con confianza al mercado audiovisual a partir del dato de metros de cinta, ni del video y la música si se cuentan únicamente la cantidad de DVD y CD grabados que fueron intercambiados. En suma, es posible aproximarse con un mayor grado de certeza a los volúmenes editoriales vendidos y comprados, pero es mucho más difícil respecto a las películas, los videos y la música ya que, por ejemplo, no se contempla la posibilidad de que se compre un master o un original para luego reproducirlo y comercializarlo dentro del país.

7. En función de todas las impresiones que se enunciaron hasta aquí es posible aproximar algunas características de cada uno de los países analizados. Desde el punto de vista de las importaciones, todos los países muestran una tendencia mayoritaria a comprar en el exterior bienes conexos y auxiliares a la cultura. Ello, en principio, estaría mostrando una dependencia tecnológica por parte de estos países –con la excepción de Brasil y su industria conexa audiovisual– para poder transmitir contenidos culturales. Pareciera que sin los equipos de música, video y televisión; sin los micrófonos, cámaras filmadoras y equipos de edición que vienen de países desarrollados, difícilmente las naciones americanas podrían satisfacer los consumos culturales nacionales en línea con el avance de las nuevas tecnologías.

8. Esta falta de desarrollo tecnológico también se corrobora si se observan las exportaciones: en su mayoría se explican por la comercialización de bienes característicos, apareciendo sólo marginalmente los conexos y auxiliares (nuevamente, con la excepción de Brasil). No obstante, también es posible reconocer al analizar las exportaciones algunas particularidades y potencialidades distintivas en cada uno de los países estudiados. Así, Argentina se muestra como un país que exporta cultura en diversos formatos: en partes importantes comercializa al exterior libros, música, películas y videos. Brasil, en cambio, más allá de su fortaleza en bienes conexos, muestra bajos volúmenes de divisas por la venta de libros y música, y casi inexistente por la comercialización de películas. Chile, por su parte, se muestra fundamentalmente como exportador de bienes de la industria editorial, tanto libros como publicaciones periódicas. En tanto, Colombia aparece como un líder regional en la exportación de libros. Perú también muestra preeminencia en la comercialización de libros, aunque en montos mucho menores que Colombia. Uruguay, en cambio, exporta en bajo monto, acorde al tamaño de su economía, tanto libros como CD´s. Y, finalmente, Venezuela, muestra bajísimos niveles de exportación cultural en el año 2006, casi en su totalidad explicados por la industria editorial.

9. Es el momento de detenerse a analizar los continentes y países de destino y origen de las exportaciones e importaciones, respectivamente. En términos regionales, más del 90% de las exportaciones culturales permanecen en el continente americano. Dentro de este porcentaje, casi el 20% se dirige a EE.UU., el cual, y teniendo en cuenta el bajísimo nivel de comercialización hacia Europa, es el país desarrollado que más compra bienes culturales a la región. En cambio, la situación de las importaciones se torna bien diferente: sólo el 56% proviene de América y de este porcentaje, el 11% es explicado por EE.UU. Por su parte, Europa vende a nuestros países bienes culturales por un monto similar al de la potencia norteamericana, por lo que ambos sumados –el continente europeo y EE.UU.– explican dos de cada diez dólares destinado a la compra de bienes culturales. En cambio, el continente asiático aparece con una fuerte preponderancia en las importaciones culturales de estos siete países. Dicho predominio podría resultar inusitado o sorprendente si no se recordase que, básicamente, se debe a la compra de bienes conexos y auxiliares a la cultura de origen asiático, los cuales por su tecnología de punta y sus bajos costos, aparecen como uno de los sectores productivos más competitivos en el mundo.

10. Ahora bien, si nuevamente se sitúa el foco de análisis en los bienes característicos, pueden observarse algunas variaciones. Por el lado de las exportaciones la situación no se modifica sustancialmente: nuevamente, casi el 90% de lo exportado se destina a otros países de América, pero en este caso, la participación de EE.UU. se eleva ligeramente, alcanzando ahora el

15% del total de las exportaciones culturales características. En cambio, la composición de las importaciones varía de manera trascendente: ahora los bienes culturales de origen europeo y norteamericano explican el 60% de lo importado (33% y 27% respectivamente). El resto de América sólo participa de un tercio de estas importaciones y Asia, con un 6%, prácticamente desparece. En particular, las importaciones europeas se explican por la venta de libros y, en menor medida, de música; en el caso norteamericano la industria editorial es insignificante, destacándose llamativamente la música y, en segundo lugar, los filmes audiovisuales. Estas composiciones invitan nuevamente a elaborar análisis más extensos y profundos, porque de alguna manera están avalando la idea de los desfavorables términos de intercambio en materia de cultura: los contenidos latinoamericanos llegan en bajo volumen y porcentaje a los países desarrollados, mientras que aquellos que provienen de las grandes potencias mundiales ocupan más de la mitad de lo que se compra en nuestro países. Es inevitable recordar en este punto la vigencia del debate en torno a la excepcionalidad cultural y la necesidad de trabajar activamente desde los Estados para proteger la diversidad cultural de los países de América Latina.

11. Todas estas apreciaciones parecen fortalecerse cuando se analiza el destino y el origen de cada uno de los bienes característicos relevados. En relación a la industria editorial, es significativa la disparidad que la región americana (exceptuando a los EE.UU.), tiene sobre las exportaciones y las importaciones: mientras que es el destino del 77% de los totales exportados por los 7 países, solo representa el 41% de los totales importados. Como contrapartida aparece el rol cumplido por España, que recibe el 2% de las exportaciones pero explica el 29% de los totales importados. Esto estaría mostrando no solo la baja capacidad que tiene la región para difundir la producción cultural de sus escritores, periodistas y semejantes vinculados a la industria editorial en regiones ajenas a Latinoamérica, sino su gran permeabilidad a este tipo de producciones culturales originadas en el continente europeo. En el caso de la industria audiovisual y fonográfica, la producción desarrollada por los países de la región ha logrado hacerse un lugar entre el público norteamericano y, en menor medida, el europeo (aunque es necesario resaltar que los únicos países que exportan estos bienes hacia Europa son la Argentina y Brasil). Pero al analizar las importaciones se observa la fuerte preeminencia de EE.UU. fundamentalmente, pero también de Europa, apareciendo los restantes países de América muy relegados como país de origen.

12. En cuanto a las diferencias entre los países estudiados respecto a las naciones de origen y destino del comercio cultural, no surge ninguna diferencia digna de destacarse. Únicamente llama la atención el considerable contenido asiático de las importaciones culturales de Brasil, aunque una vez más, ello remite a la importancia de la industria de bienes conexos a la cultura en dicho país. En este sentido, parecería que Brasil no se muestra ni como gran vendedor ni como gran comprador de bienes culturales característicos y, otra vez más, aparece la necesidad de analizar en detalle este fenómeno que parecería estar explicado en parte por las particularidades del idioma en esa nación.

13. Finalmente, si se analizan únicamente los términos del intercambio cultural entre los países de América Latina, las tendencias indican tres aspectos fundamentales. En primer lugar, y dada su envergadura económica y comercial, surge una notoria incidencia de Brasil y México en las importaciones del resto de los países de la región, con las excepciones de Perú y, sobre todo Venezuela, en donde las importaciones culturales provienen en distintas proporciones de unos diez países diferentes. En segundo lugar, los principales socios comerciales de cada una de las naciones estudiadas suelen ser, además de México y Brasil, los países vecinos o más próximos. No obstante, dicha proximidad queda frecuentemente acotada a alguno de los dos sentidos de los intercambios: exportaciones de Perú hacia Chile o de Colombia hacia Venezuela y países de centro América, etc. Finalmente, en casi todos los países se observa una marcada dualidad homogeneidad vs. heterogeneidad en el origen y destino de las transacciones. En términos generales, mientras las importaciones suelen estar concentradas en dos o tres países, las exportaciones suelen diversificarse en una importante pluralidad de destinos. Nuevamente, Venezuela contradice dicha regla, puesto que mientras que en sus importaciones participan numerosos países, sus exportaciones son concentradas en un 90% por Brasil y México. En suma, se observa que la escala de las economías de los diferentes países de América Latina incide fuertemente en los términos del intercambio, aunque puede visualizarse marginalmente un movimiento de bienes culturales múltiple y diverso.

Como reflexión final, es pertinente mencionar que los resultados alcanzados a partir de la realización de este ejercicio de medición resultan más que auspiciosos. En efecto, las ideas que surgen del análisis de los datos, sin duda, estimularán la generación de nuevos y más profundos estudios y trabajos. Además, las limitaciones reiteradamente mencionadas pueden funcionar como desafío para pensar mejores mediciones, más precisas y válidas, ajustadas, al fin, a un fenómeno tan particular, complejo y estratégico como es la cultura en el mundo de hoy.

Anexo I:
Clasificación metodológica

En este anexo se analiza en detalle la información relevada en este estudio, así como las categorías en las que ha sido clasificada.

TIPOS DE BIENES Y RAMAS DE LA INDUSTRIA: DOS CLASIFICACIONES

Antes de analizar en detalle los bienes seleccionados en este ejercicio, queremos recuperar una clasificación propuesta por el Convenio Andrés Bello, que distingue tres tipos de bienes, según el lugar que ocupan en la cadena de producción y consumo de productos culturales.

- **Bienes característicos:** se define como bienes característicos del campo cultural a aquellos cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos (entre ellos podríamos incluir un disco compacto de música, una película cinematográfica, un libro, etc.).

- **Bienes indirectos:** son los insumos o bienes de capital que forman parte del proceso de producción de los bienes característicos (por ejemplo, impresión de papel, papel, cintas de cine y video, micrófonos, etc.).

- **Bienes auxiliares:** son los productos que posibilitan el uso o acceso al consumo de productos culturales característicos (televisores, radios, reproductores de música e imagen, proyectores de películas cinematográficas, etc.).

Si a esta distinción se la vincula con las ramas de la industria a las que pertenecen los bienes seleccionados (como se mencionara con anterioridad, se han considerado las tres ramas "nucleares" de las industrias culturales: fonográfica, editorial y audiovisual), surge una nueva categorización, que será denominada **"Clasificación propia de bienes"**, que tiene 9 categorías:

1. **Bienes característicos de la industria audiovisual** (Ej.: películas cinematográficas).

2. **Bienes auxiliares de la industria audiovisual** (Ej.: cámaras de televisión, videocámaras).

3. **Bienes característicos de la industria editorial de publicaciones periódicas** (Ej.: diarios y publicaciones periódicas).

4. **Bienes característicos de la industria editorial de libros** (Ej.: libros).

5. **Bienes auxiliares de la industria fonográfica** (Ej.: aparatos de grabación de sonido).

6. **Bienes conexos de la industria fonográfica** (Ej.: reproductores de sonido).

7. **Bienes característicos de la industria audiovisual y fonográfica** (Ej.: discos o cintas grabados).

8. **Bienes auxiliares de la industria audiovisual y fonográfica** (Ej.: micrófonos, auriculares, equipos de amplificación de sonido, soportes para grabación).

9. **Bienes conexos de la industria audiovisual y fonográfica** (Ej.: aparatos emisores o receptores de radiodifusión y televisión).

Es pertinente hacer aquí dos aclaraciones. En estadística es necesario que las categorías utilizadas sean **exhaustivas** (es decir, que todos los objetos del universo de medición puedan ser asignados a una categoría) y **excluyentes** (es decir, que cada objeto de nuestro universo pueda ser asignado **sólo a una** categoría).

La clasificación propuesta, entonces, no parece ser exhaustiva (por ejemplo, no hay una categoría que contemple los bienes característicos de la industria fonográfica) ni excluyente (un micrófono, por ejemplo, podría ser considerado un bien auxiliar de la industria fonográfica –categoría 5-, un bien auxiliar de la industria audiovisual –categoría 2– o un bien auxiliar de la industria audiovisual y fonográfica –categoría 9-).

¿Por qué sucede esto? En primer lugar, porque las categorías fueron construidas **en función de la información disponible**. Al analizar los grupos seleccionados, se observa que no hay información registrada respecto de bienes característicos de la industria fonográfica, por lo cual se decidió no crear una categoría que hubiera quedado vacía.

En segundo lugar, y dado que no existen registros respecto del uso que se le asignan a los bienes importados o exportados, no se puede establecer con certeza la rama de la industria cultural a la que pertenecen ciertos bienes. El caso del micrófono es paradigmático (se puede utilizar para la grabación de un disco, pero también de un programa de televisión), pero sucede con todos los bienes que mencionamos en las categorías 8 y 9. Esta falta de precisión fue salvada construyendo categorías que englobaran a ambas ramas, y los bienes que se incluyan en ellas **no serán incluidos** en las categorías específicas de cada rama de actividad.

LOS GRUPOS SELECCIONADOS

En este apartado se analizan cada uno de los grupos seleccionados. Para ello, se hará referencia a 5 cuestiones.

1. Descripción de las posiciones seleccionadas del grupo según el Nomenclador Común del MERCOSUR.

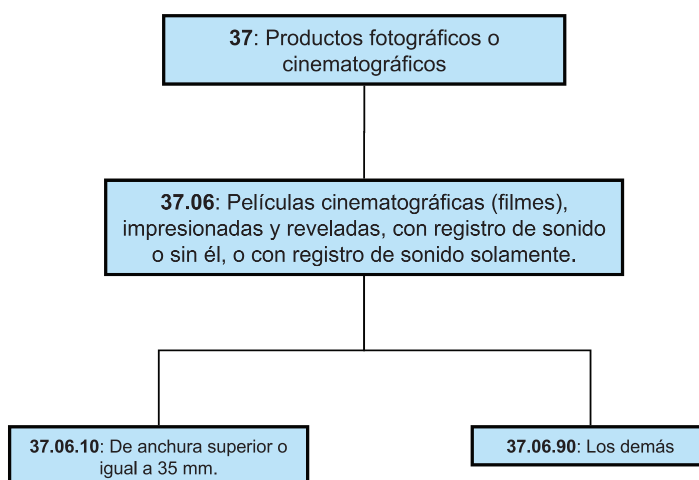
2. Ubicación del grupo según tipo de bien.

3. Ubicación del grupo según la clasificación propia de bienes.

4. Análisis de la pertinencia del grupo según el grado de detalle de la información recolectada. Lo que se observará aquí es si el total de un grupo considerado puede estar **sobredimensionado**, por incluir a su interior productos que no son estrictamente culturales.

Grupo 37

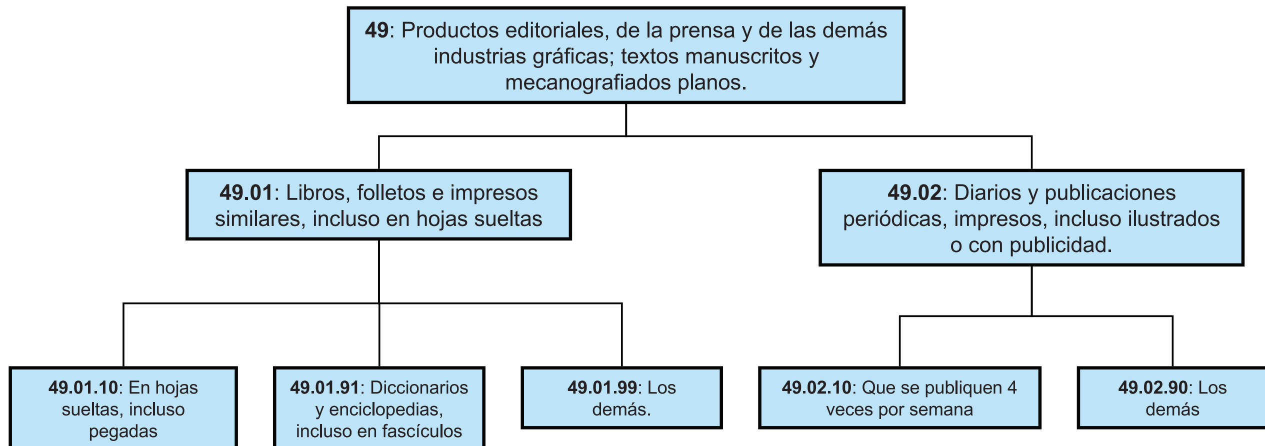
1.
37 - "Productos fotográficos o cinematográficos".
37.06 - "Películas cinematográficas (filmes), impresionadas y reveladas, con registro de sonido o sin él, o con registro de sonido solamente".
37.06.10 - "De anchura superior o igual a 35mm"
37.06.90 - "Los demás"



2. Tipo de bien: característico.
3. Clasificación propia de bienes: categoría 1 – Bienes característicos de la industria audiovisual.
4. El grupo no está sobredimensionado, ya que solo contempla filmes cinematográficos.

Grupo 49

1.
49 - "Productos editoriales, de la prensa y de las demás industrias gráficas; textos manuscritos y mecanografiados planos"**.**
49.01 – "Libros, folletos e impresos similares, en hojas sueltas"
49.01.10 – "En hojas sueltas, incluso pegadas"
49.01.91 – "Diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos"
49.01.99 – "Los demás"
49.02 – "Diarios y publicaciones periódicas, impresos, incluso ilustrados y con publicidad"
49.02.10 – "Que se publiquen 4 veces por semana"
49.02.90 – "Los demás"



2. Tipo de bien: característico

3. Clasificación propia de bienes: trataremos aquí los dos subgrupos de manera separada.
Subgrupo 49.01: Bienes característicos de la industria editorial de libros.
Subgrupo 49.02: Bienes característicos de la industria editorial de publicaciones periódicas

4. El subgrupo 49.01, y tal como quedó reflejado en la anécdota de Buquet, puede estar sobredimensionado. La definición de "Libros, folletos e impresos similares" no permite establecer con seguridad que todo lo impreso es un bien cultural. Algunos ejemplos serán suficientes: las ya citadas guías telefónicas, la impresión de afiches de propaganda, etc.

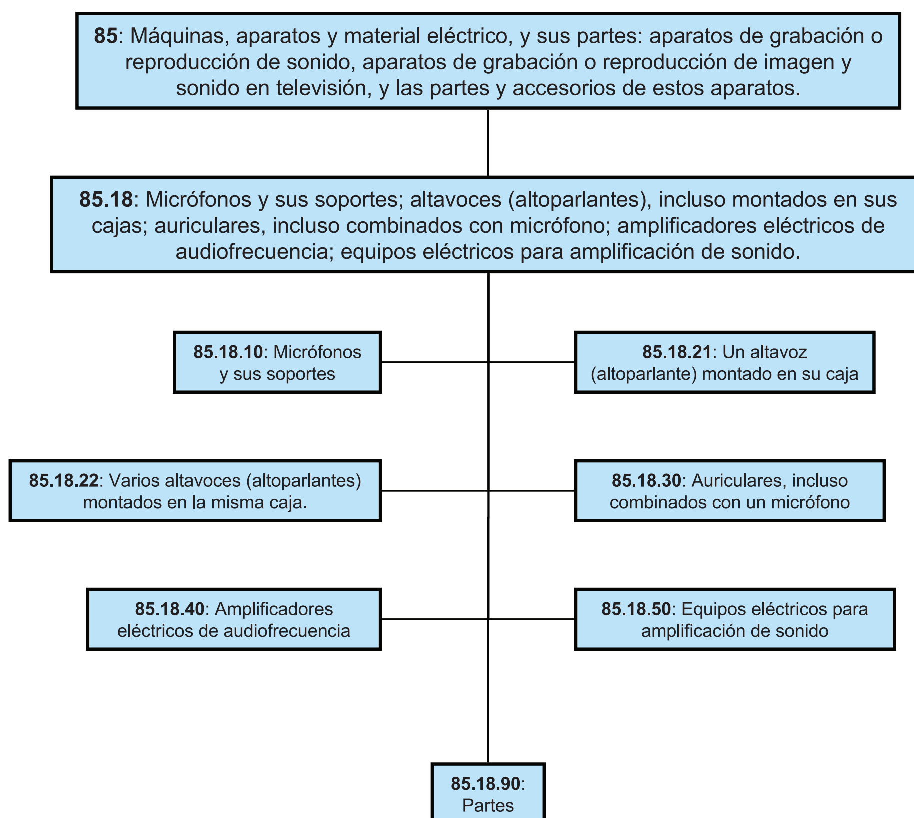
El subgrupo 49.02 no parece estar sobredimensionado.

Grupo 85

El grupo 85 comprende: "Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes: aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos". Dado que a su interior se seleccionaron muchos subgrupos, trataremos cada uno de ellos por separado.

Grupo 85.18

1.
85 - "Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes: aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos"
85.18 – "Micrófonos y sus soportes; altavoces (altoparlantes), incluso montados en sus cajas; auriculares, incluso combinados con micrófono; amplificadores eléctricos de audiofrecuencia; equipos eléctricos para amplificación de sonido."
85.18.10 – "Micrófonos y sus soportes"
85.18.21 – "Un altavoz (altoparlante) montado en su caja"
85.18.22 – "Varios altavoces (altoparlantes) montados en la misma caja"
85.18.30 – "Auriculares, incluso combinados con un micrófono"
85.18.40 – "Amplificadores eléctricos de audiofrecuencia"
85.18.50 – "Equipos eléctricos para amplificación de sonido"
85.18.90 – "Partes"



2. Tipo de bien: auxiliares

3. Clasificación propia de bienes: bienes auxiliares de la industria audiovisual y fonográfica.

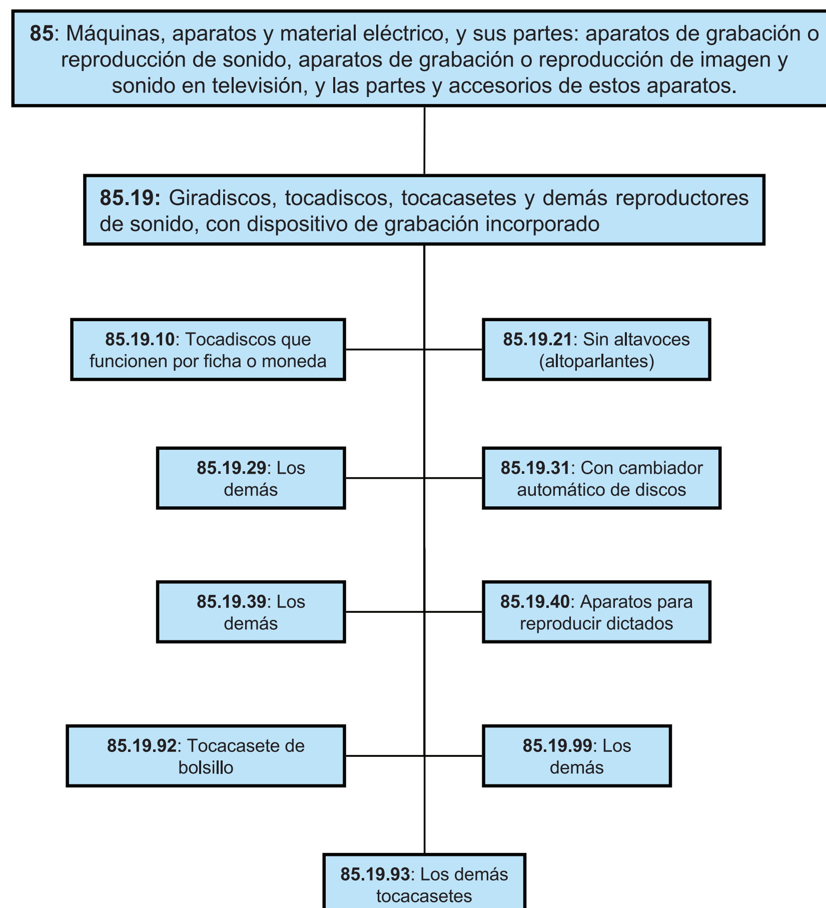
4. El subgrupo 85.18 no está sobredimensionado.

Grupo 85.19

1.
85 - "Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes: aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos"

85.19 – "Giradiscos, tocadiscos, tocacasetes y demás reproductores de sonido, sin dispositivo de grabación de sonido incorporado"

85.19.10 – "Tocadiscos que funcionen por ficha o moneda"
85.19.21 – "Sin altavoces (altoparlantes)"
85.19.29 – "Los demás"
85.19.31 – "Con cambiador automático de discos"
85.19.39 – "Los demás"
85.19.40 – "Aparatos para reproducir dictados"
85.19.92 – "Tocacasete de bolsillo"
85.19.93 – "Los demás tocacasetes"
85.19.99 – "Los demás"



2. Tipo de bien: conexo.

3. Clasificación propia de bienes: bienes conexos de la industria fonográfica.

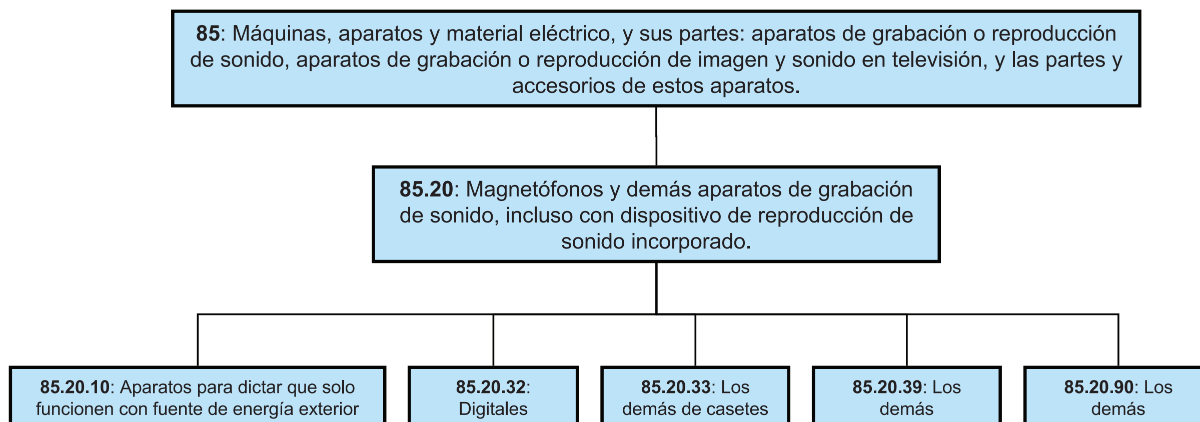
4. El grupo no parece sobredimensionado.

Grupo 85.20

1.
85 - "Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes: aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos"

85.20 – "Magnetófonos y demás aparatos de grabación de sonido, incluso con dispositivo de reproducción de sonido incorporado"

85.20.10 – "Aparatos para dictar que solo funcionen con fuente de energía exterior"
85.20.32 – "Digitales"
85.20.33 – "Los demás de casetes"
85.20.39 – "Los demás"
85.20.90 – "Los demás"



2. Tipo de bien: auxiliar.

3. Clasificación propia de bienes: bienes auxiliares de la industria fonográfica.

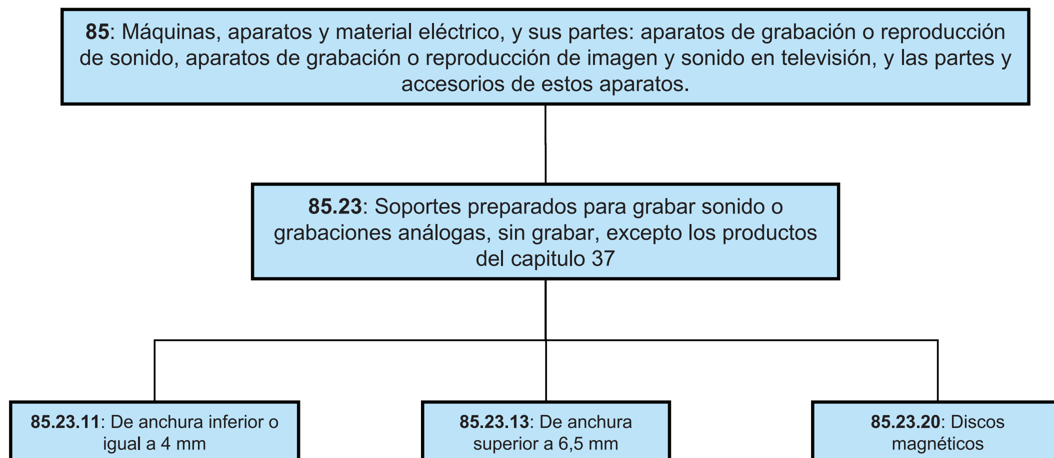
4. El subgrupo 85.20 puede aparecer sobredimensionado: no está claro que los "Aparatos para dictar" sean insumos de la industria cultural fonográfica. Por otra parte, al interior del grupo 85.20.90 se encuentra el grupo 85.20.90.11, que representa "Grabadores de datos de vuelo", información que no puede ser discriminada por el nivel de desagregación con el que contamos.

Grupo 85.23

1.
85 - "Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes: aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos"

85.23 – "Soportes preparados para grabar sonido o grabaciones análogas, sin grabar, excepto los productos del capitulo 37"

85.23.11 – "De anchura inferior o igual a 4 mm"
85.23.13 – "De anchura superior a 6,5 mm"
85.23.20 – "Discos magnéticos"



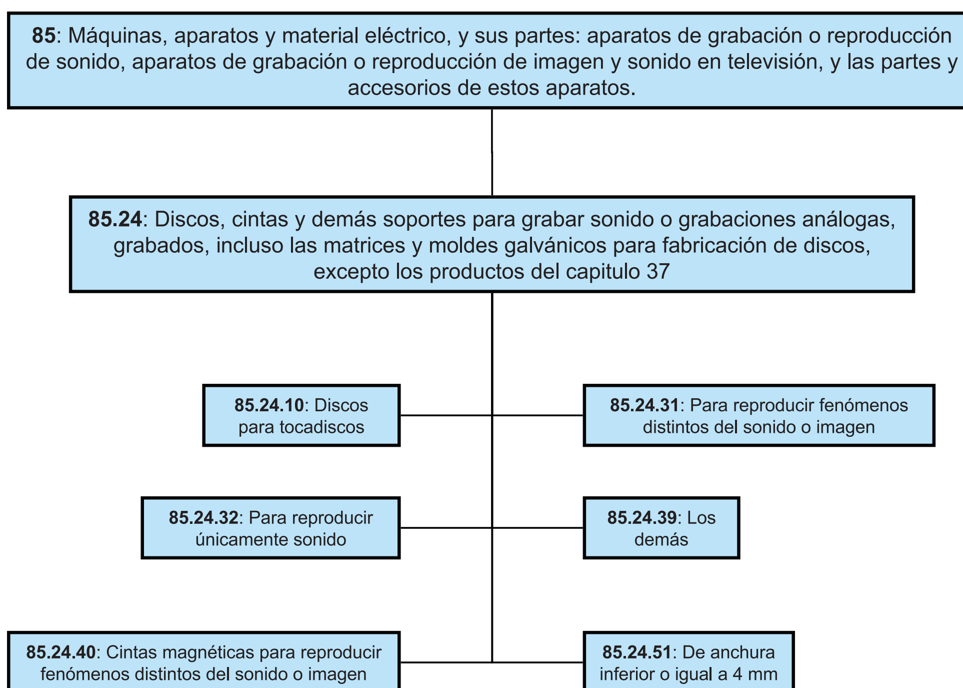
2. Tipo de bien: auxiliar.

3. Clasificación propia de bienes: bienes auxiliares de la industria audiovisual y fonográfica.

4. El subgrupo 85.23 no está sobredimensionado.

Grupo 85.24

1.
85 - “Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes: aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos”
85.24 – “Discos, cintas y demás soportes para grabar sonido o grabaciones análogas, grabados, incluso las matrices y moldes galvánicos para fabricación de discos, excepto los productos del capitulo 37”
85.24.10 – “Discos para tocadiscos”
85.24.31 – “Para reproducir fenómenos distintos del sonido o imagen”
85.24.32 – “Para reproducir únicamente sonido”
85.24.39 – “Los demás”
85.24.40 – “Cintas magnéticas para reproducir fenómenos distintos del sonido o imagen”
85.24.51 – “De anchura inferior o igual a 4 mm”



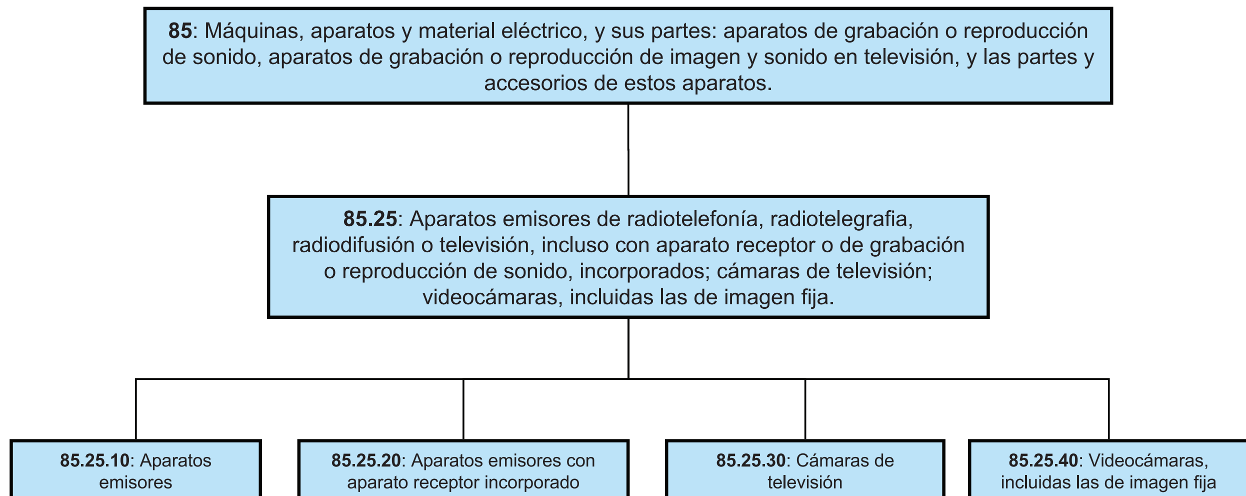
2. Tipo de bien: característicos.

3. Clasificación propia de bienes: bienes característicos de la industria audiovisual y fonográfica.

4. El subgrupo 85.24 no está sobredimensionado.

Grupo 85.25

1.
85 - "Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes: aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos"
85.25 – "Aparatos emisores de radiotelefonía, radiotelegrafia, radiodifusión o televisión, incluso con aparato receptor o de grabación o reproducción de sonido, incorporados; cámaras de televisión; videocámaras, incluidas las de imagen fija"
85.25.10 – "Aparatos emisores"
85.25.20 – "Aparatos emisores con aparato receptor incorporado"
85.25.30 – "Cámaras de televisión"
85.25.40 – "Videocámaras, incluidas las de imagen fija"



Se han graficado de manera separada los grupos 85.25.10 y 85.25.20 por un lado, y los grupos 85.25.30 y 85.25.40 por otro. Así los analizaremos en las consideraciones que siguen.

Grupos 85.25.10 y 85.25.20.

2. Tipo de bien: conexos.

3. Clasificación propia de bienes: bienes conexos de la industria audiovisual y fonográfica.

4. Al interior de estos grupos están incluidos los aparatos de telefonía celular. Es una interesante discusión si los mismos forman parte o no de los bienes conexos de la industria audiovisual y fonográfica, teniendo en cuenta que a través de los mismos es posible reproducir sonido e imagen.

Grupos 85.25.30 y 85.25.40.

2. Tipo de bien: auxiliares.

3. Clasificación propia de bienes: bienes auxiliares de la industria audiovisual.

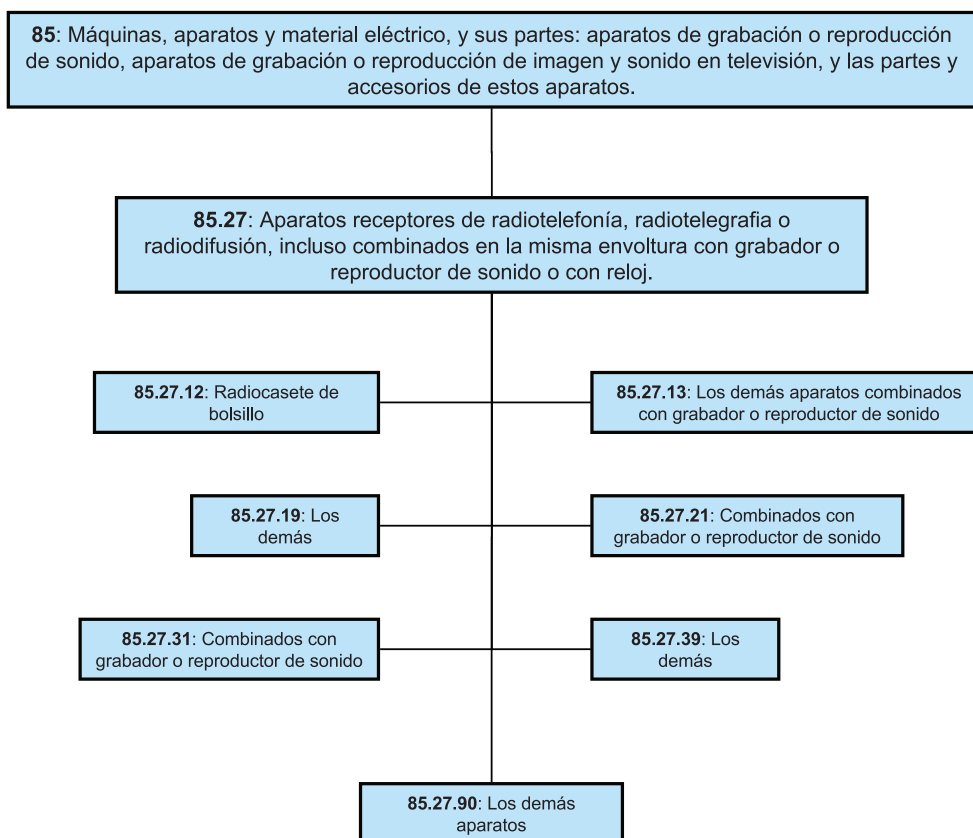
4. Estos subgrupos no están sobredimensionados.

Grupo 85.27

1.
85 - “Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes: aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos”

85.27 – “Aparatos receptores de radiotelefonía, radiotelegrafia o radiodifusión, incluso combinados en la misma envoltura con grabador o reproductor de sonido o con reloj”

85.27.12 – “Radiocasete de bolsillo”
85.27.13 – “Los demás aparatos combinados con grabador o reproductor de sonido”
85.27.19 – “Los demás”
85.27.21 – “Combinados con grabador o reproductor de sonido”
85.27.31 – “Combinados con grabador o reproductor de sonido”
85.27.39 – “Los demás”
85.27.90 – “Los demás aparatos”



2. Tipo de bien: conexos.

3. Clasificación propia de bienes: bienes conexos de la industria fonográfica.

4. El subgrupo 85.27 no está sobredimensionado.

A continuación se presenta una tabla que sintetiza la información presentada.

Tipo de bien	Rama de actividad: Audiovisual	Editorial Libros	Editorial Publicaciones periódicas	Fonográfica	Audiovisual y fonográfica
Característico	37.06	49.01	49.02		85.24
Auxiliares	85.25.30 85.25.40			85.20	85.18 85.23
Conexos				85.19 85.27	85.25.10 85.25.20

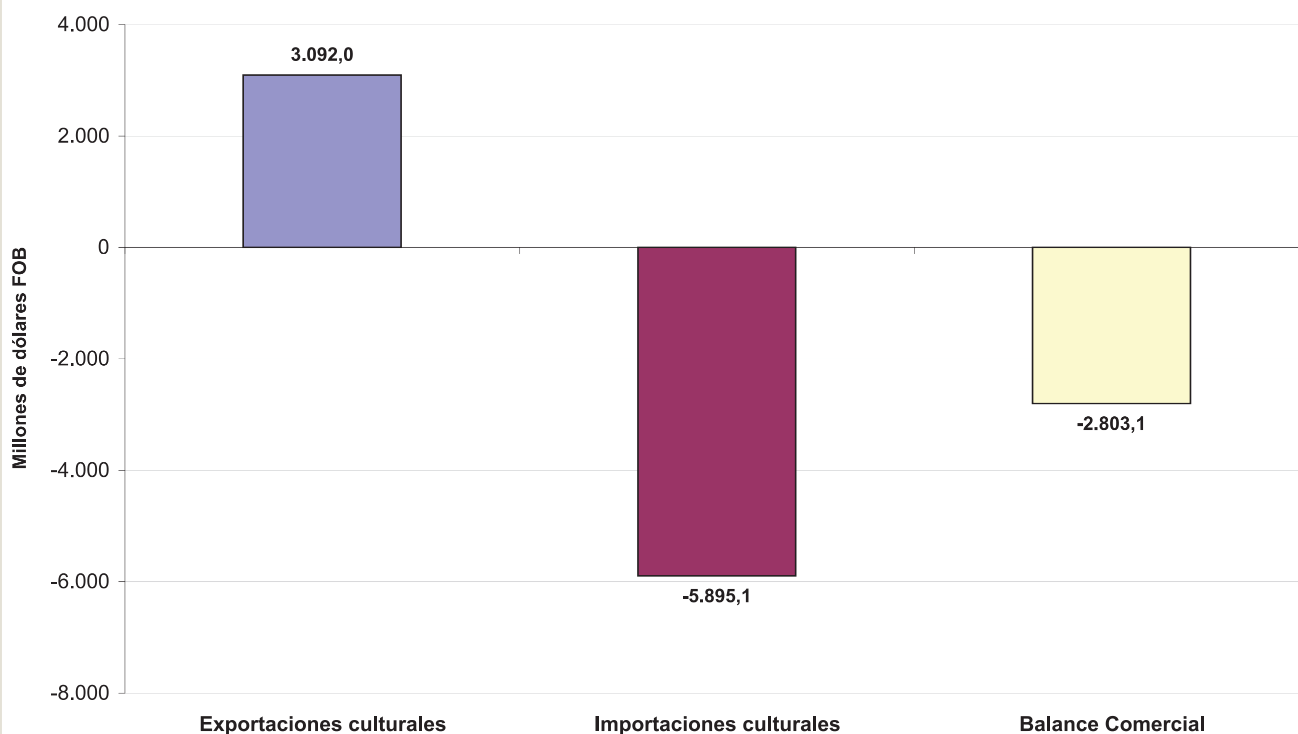
Anexo II:
Gráficos correspondientes al año 2005

En este anexo se presentará la información relativa al año 2005. Los gráficos que se han elaborado son los mismos que los correspondientes al año 2006 y están ordenados de la misma manera, de forma de simplificar su lectura.

Si bien ya ha sido mencionado con anterioridad, es importante aquí resaltar lo siguiente. El total de la información recolectada es insuficiente para realizar un análisis diacrónico del comercio exterior de bienes culturales: con información relativa a dos años (2005 y 2006), resulta imposible plantear conclusiones referidas a la dinámica y las transformaciones observadas a lo largo del tiempo en cada uno de los países relevados. Para llegar a esto, sería necesario contar con una serie histórica de al menos 4 ó 5 años, que hiciera posible diferenciar entre elementos estructurales y coyunturales, así como reconocer tendencias de mediano y largo plazo.

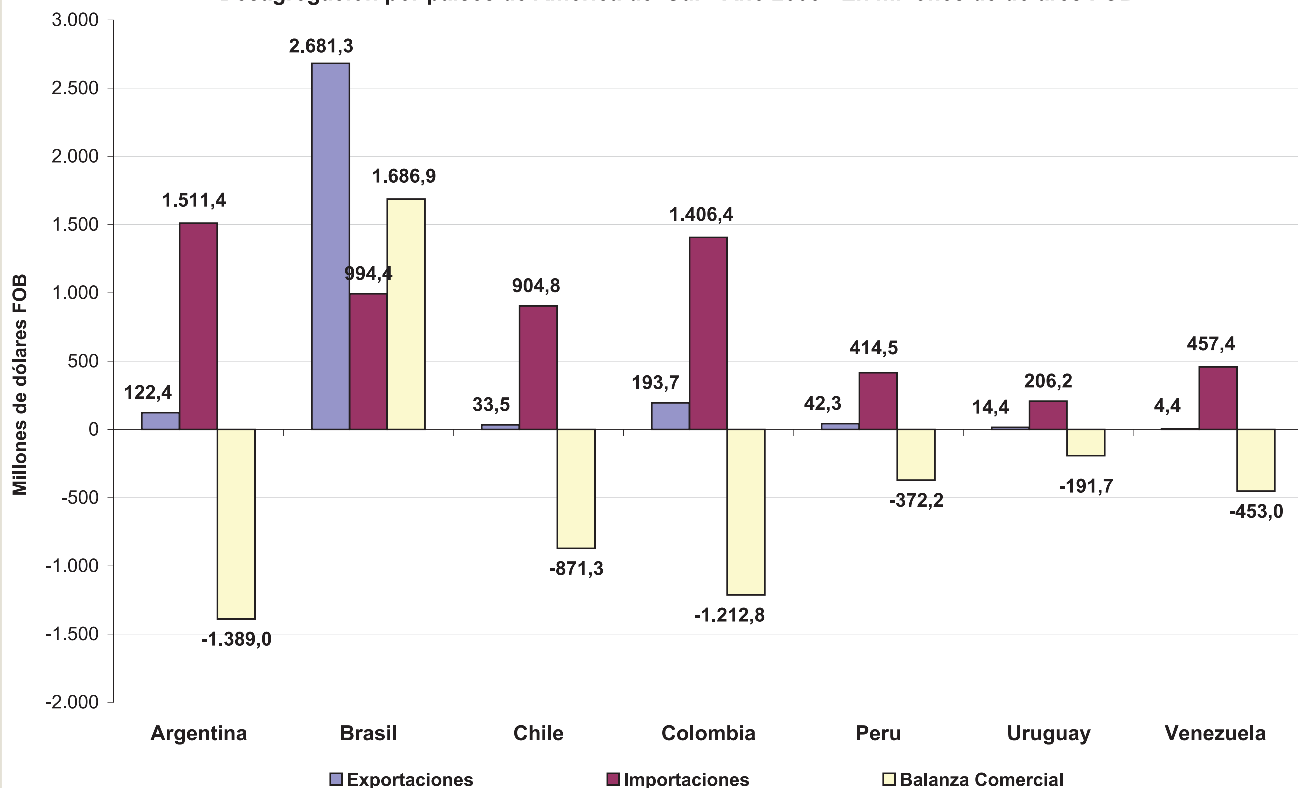
A mismo tiempo, resultaba un desperdicio no presentar la información relativa al año 2005, luego de todos los esfuerzos que se hicieron para poder disponer de ella y teniendo en cuenta que es de gran valor para todos aquellos interesados en la temática. En consecuencia, apareció como la mejor alternativa presentar toda la información a través de más de 70 gráficos, de manera de que cualquiera que así lo desee pueda disponer de ella. Se evitó, no obstante, hacer un análisis detallado de cada uno de ellos, que hubiera arrojado resultados similares a los del año 2006.

Gráfico 78



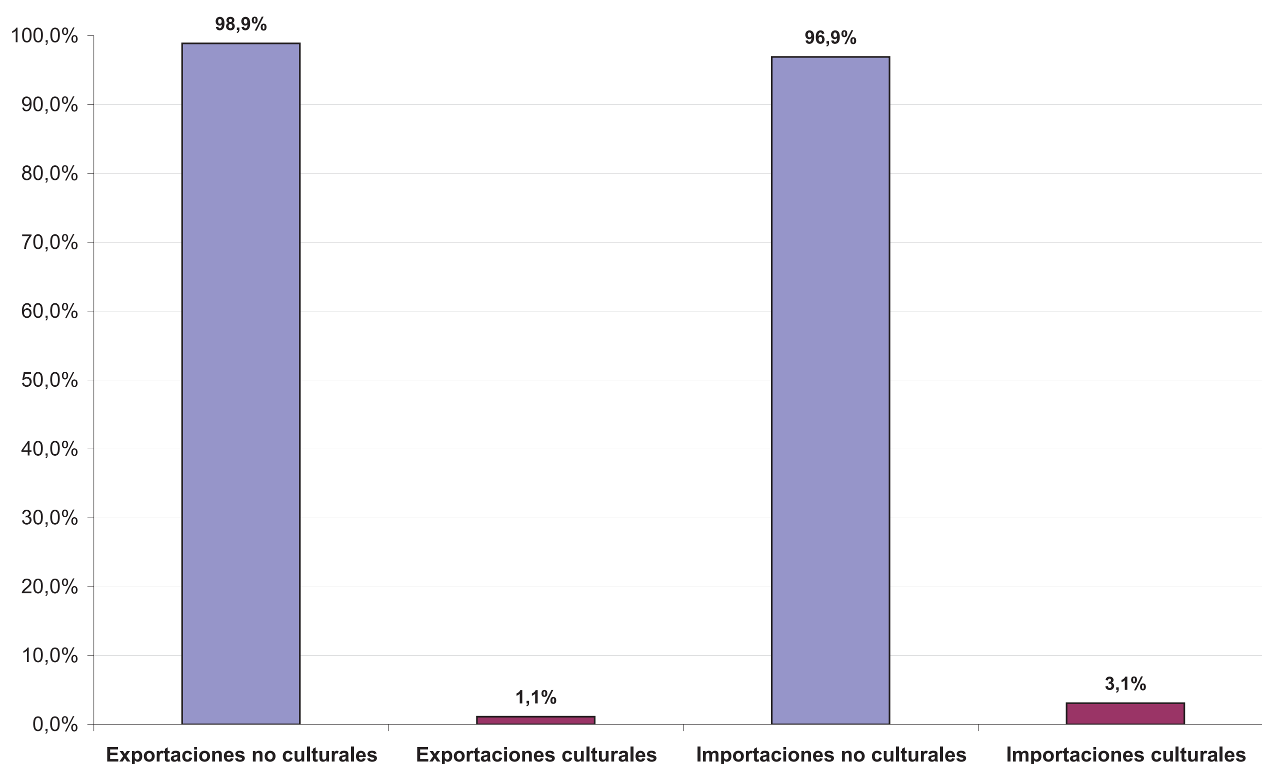
Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 79



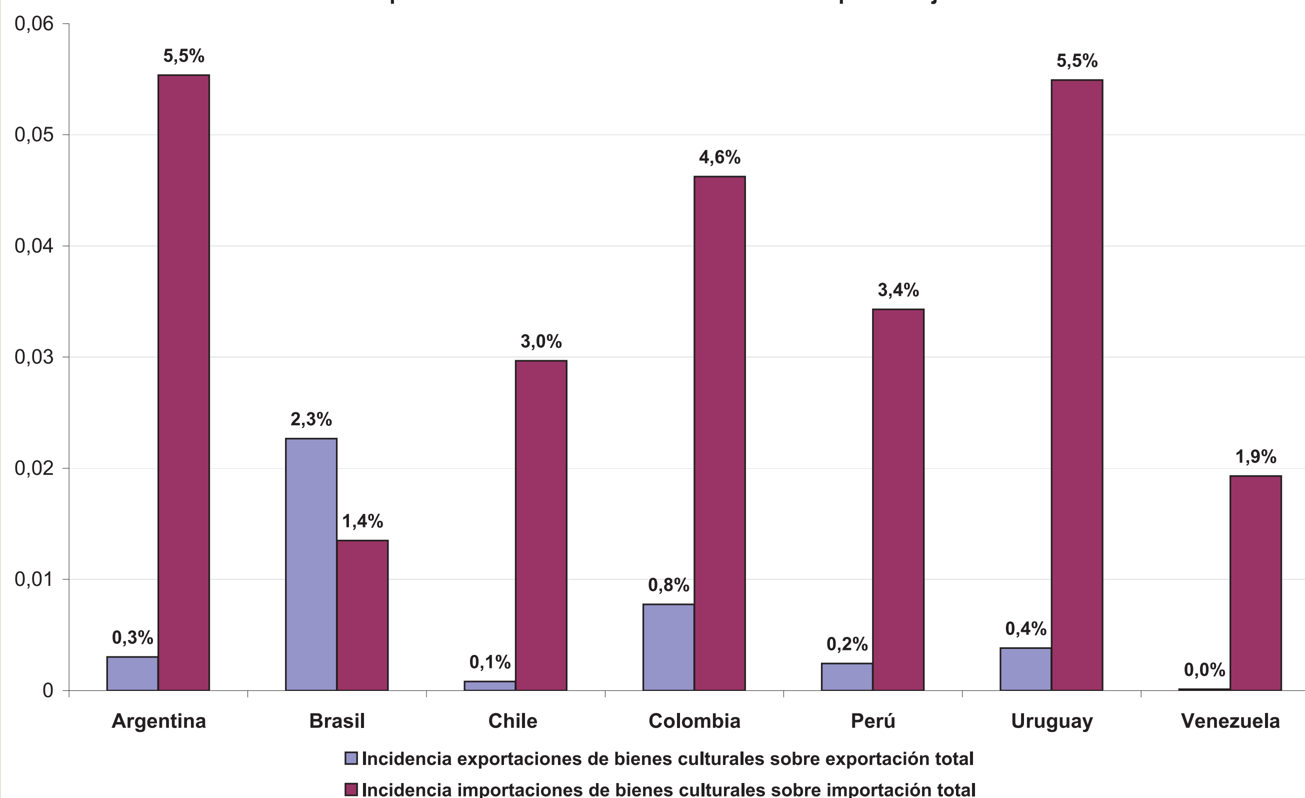
Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 80



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

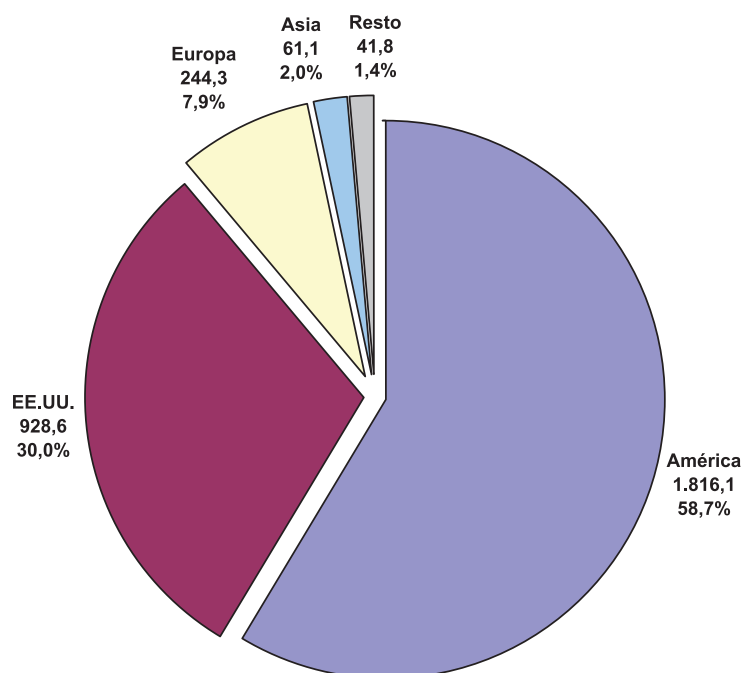
Gráfico 81



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 82

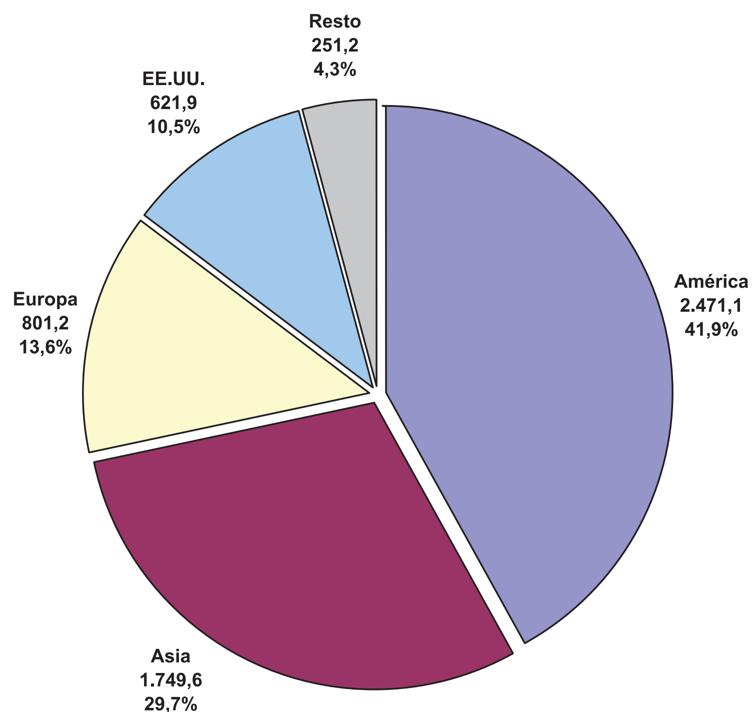
Exportaciones de bienes culturales según continente o país de destino
7 países de América del Sur - Año 2005 - En millones de dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

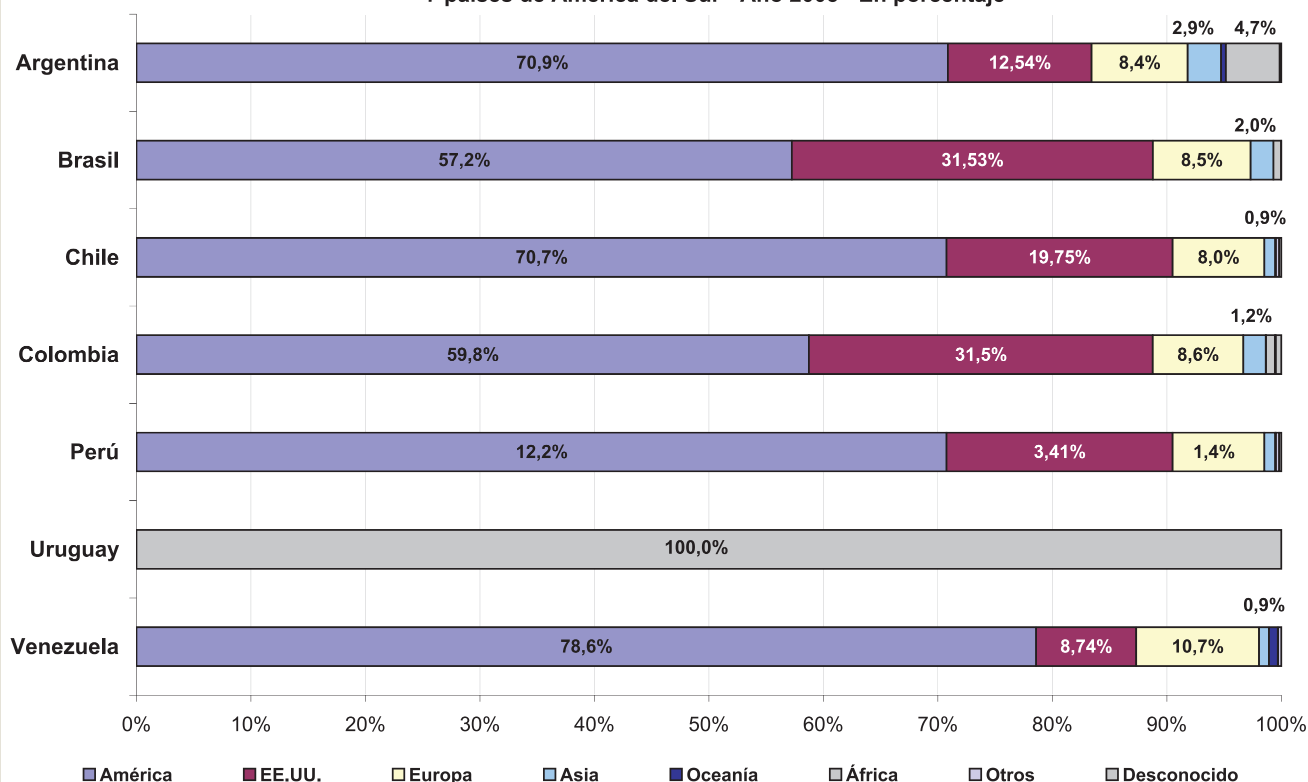
Gráfico 83

Importaciones de bienes culturales según continente o país de origen
7 países de América del Sur - Año 2005 - En millones de dólares FOB y porcentaje



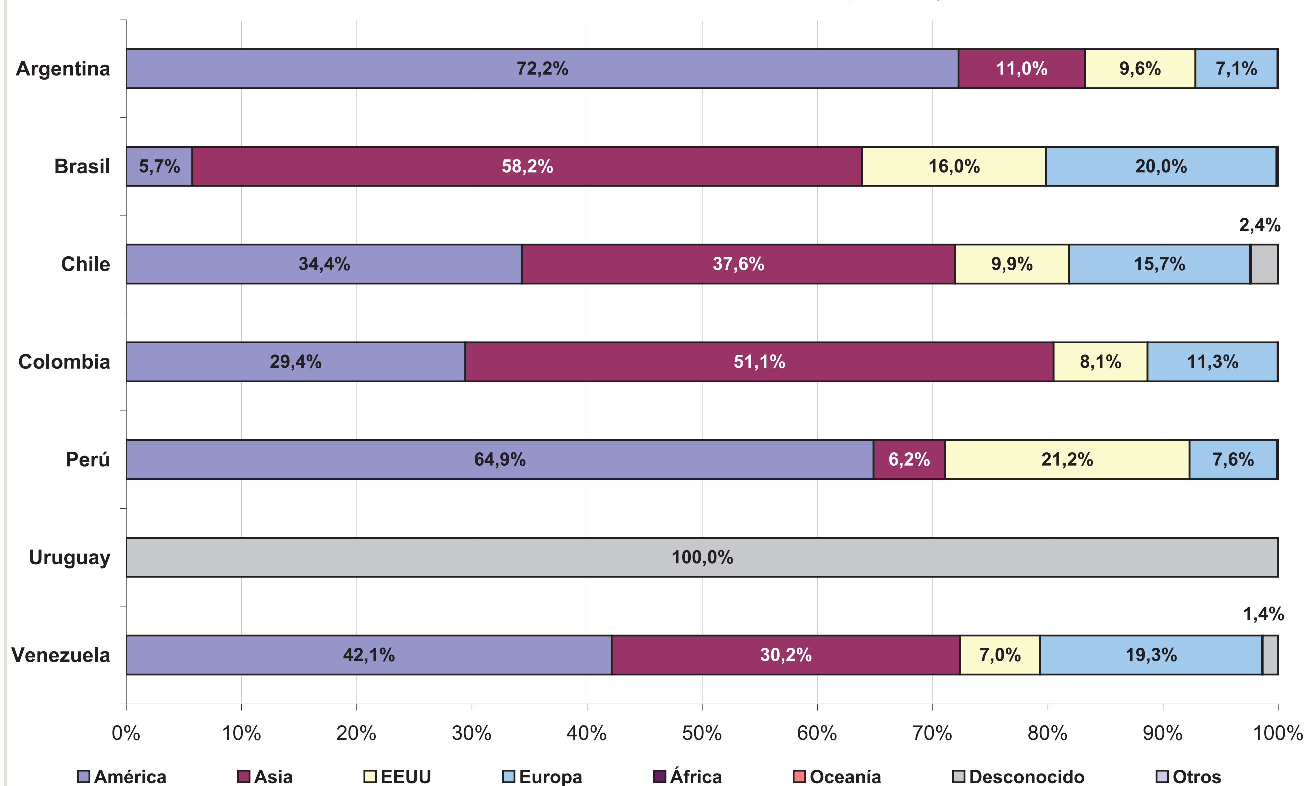
Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 84



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

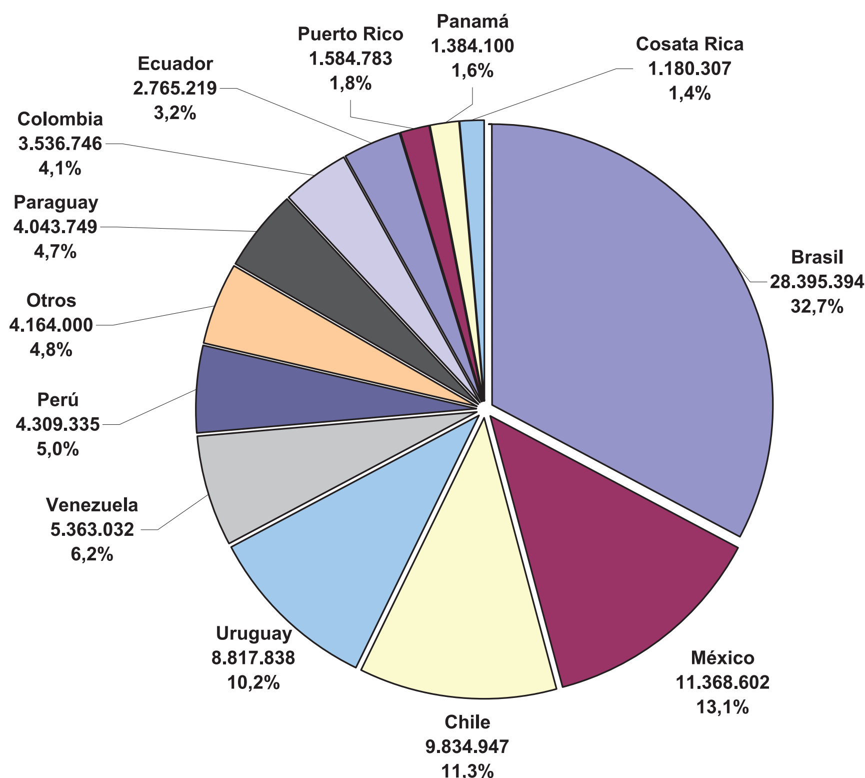
Gráfico 85



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 86

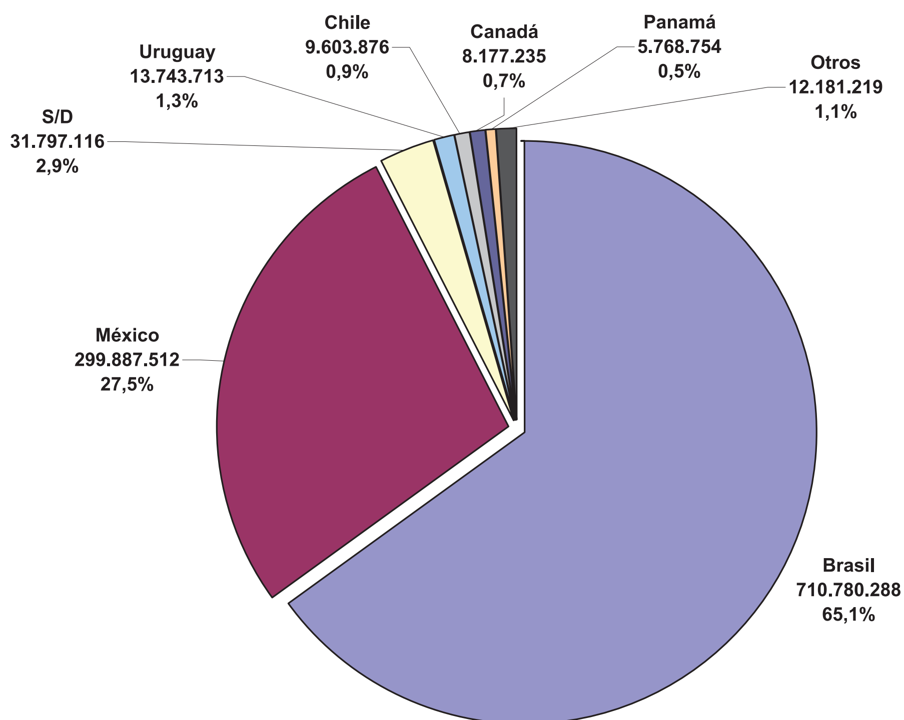
Exportaciones culturales según destino - Distribución dentro de América
Argentina - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 87

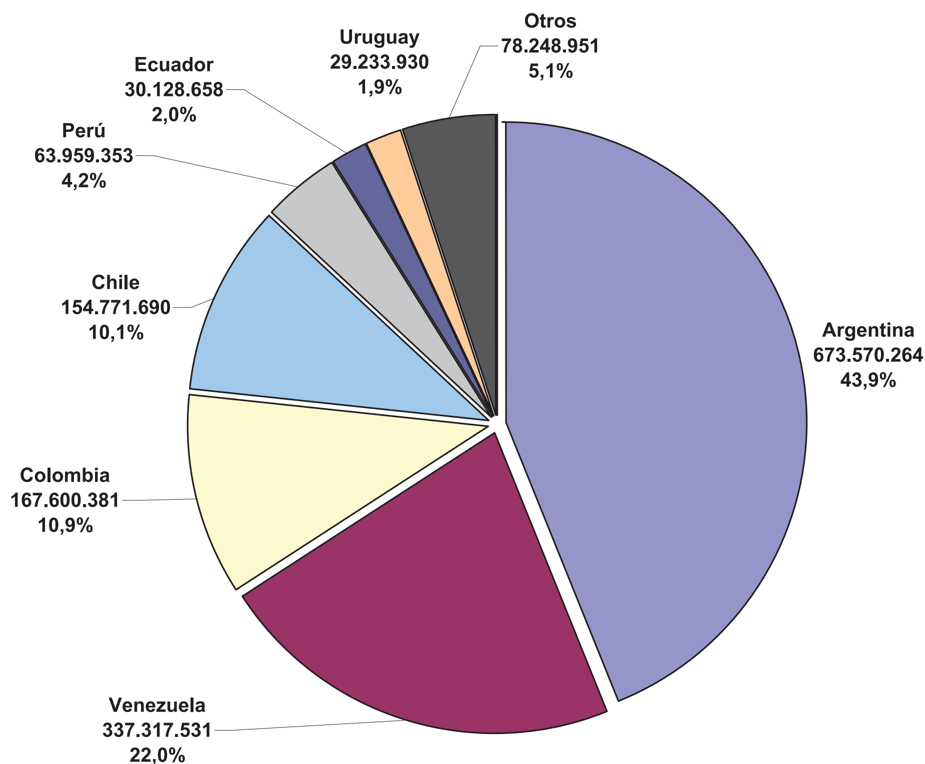
Importaciones culturales según origen - Distribución dentro de América
Argentina - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 88

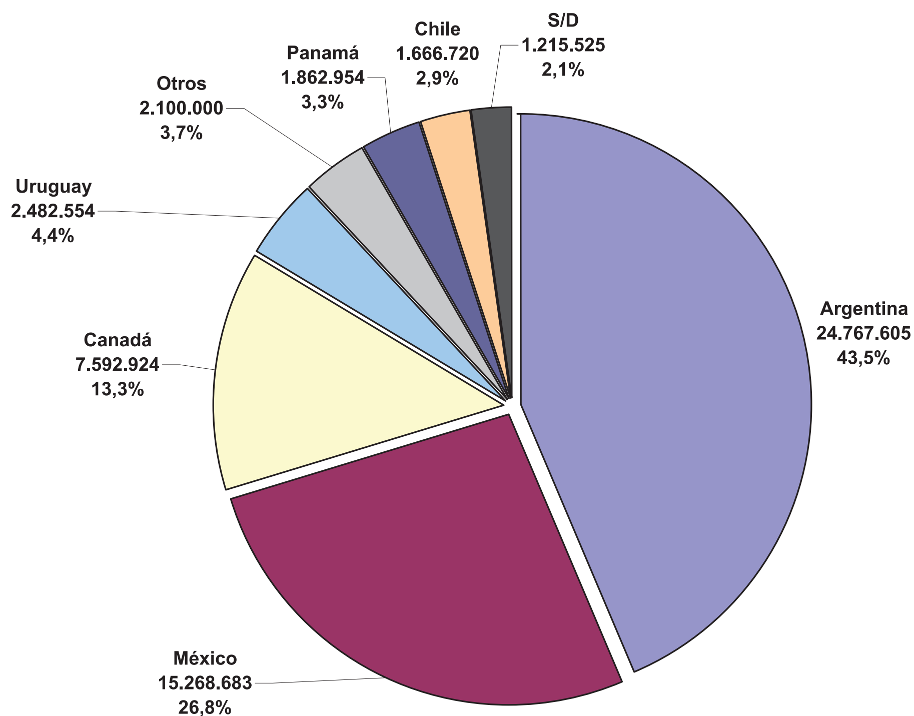
Exportaciones culturales según origen - Distribución dentro de América
Brasil - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 89

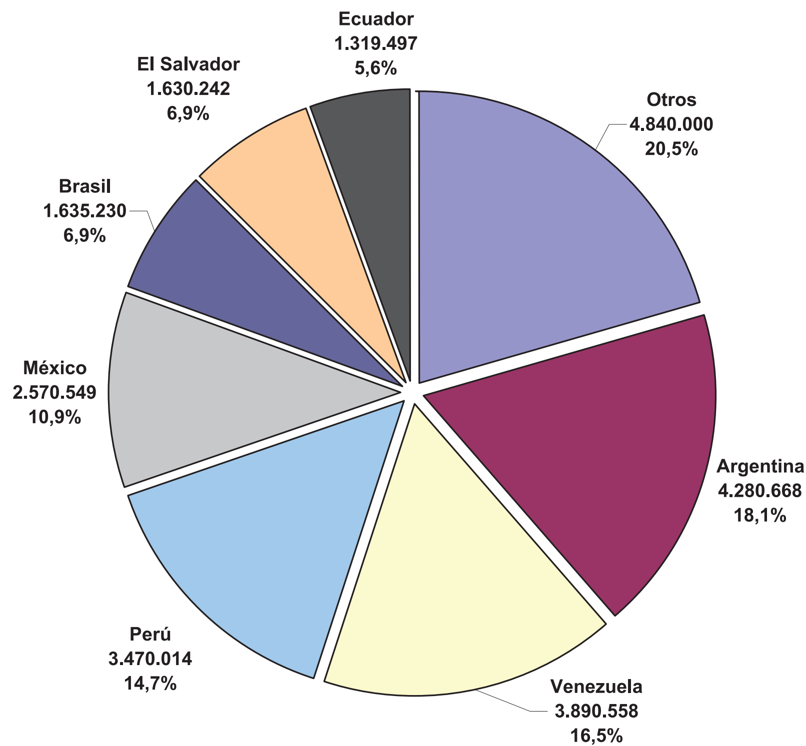
Importaciones culturales según origen - Distribución dentro de América
Brasil - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 90

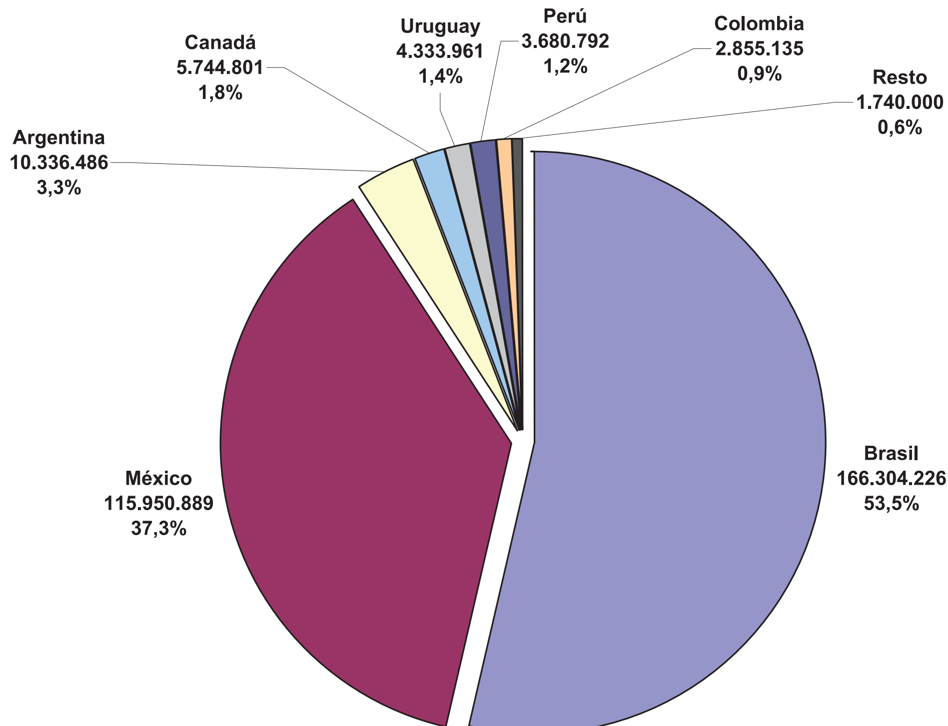
Exportaciones culturales según origen - Distribución dentro de América
Chile - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 91

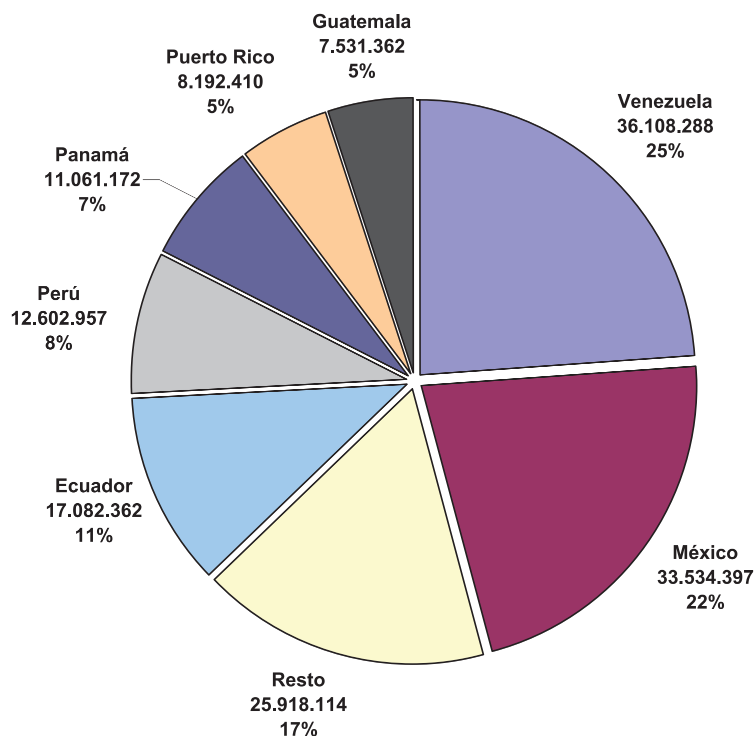
Importaciones culturales según origen - Distribución dentro de América
Chile - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 92

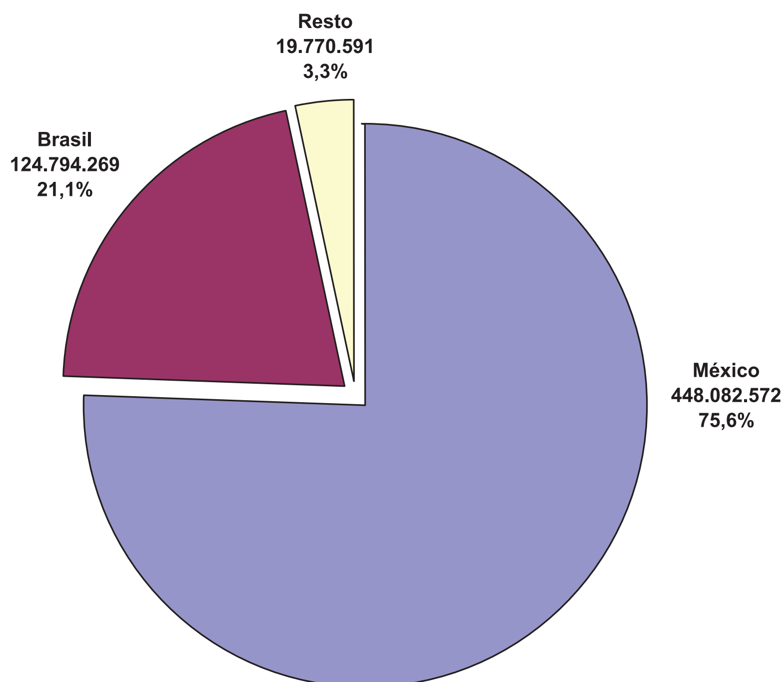
Exportaciones culturales según destino - Distribución al interior de América
Colombia - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 93

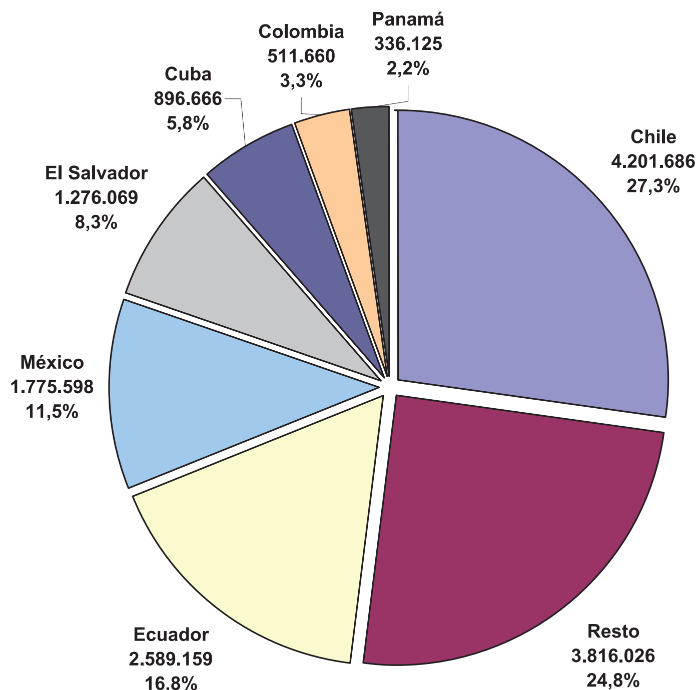
Importaciones culturales según origen - Distribución al interior de América
Colombia - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 94

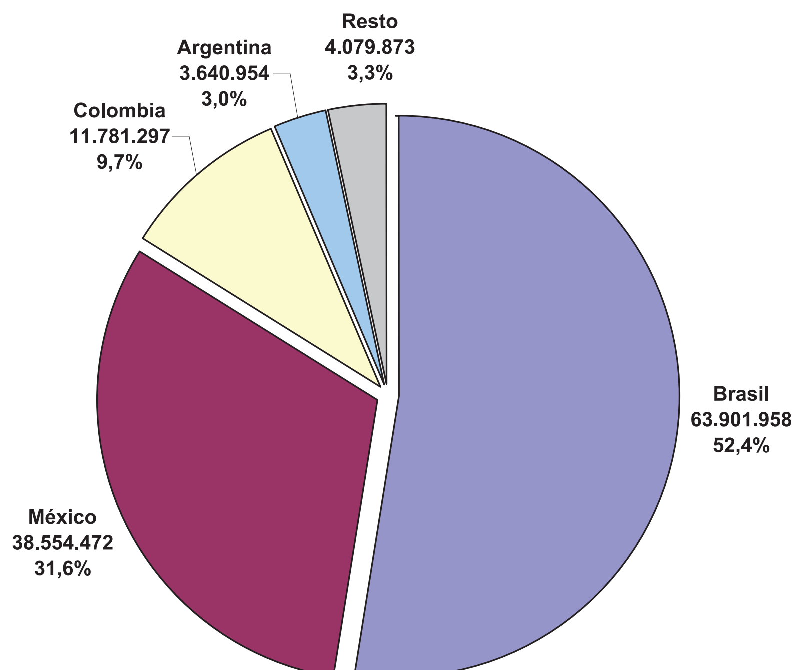
Exportaciones culturales según destino - Distribución al interior de América
Perú - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 95

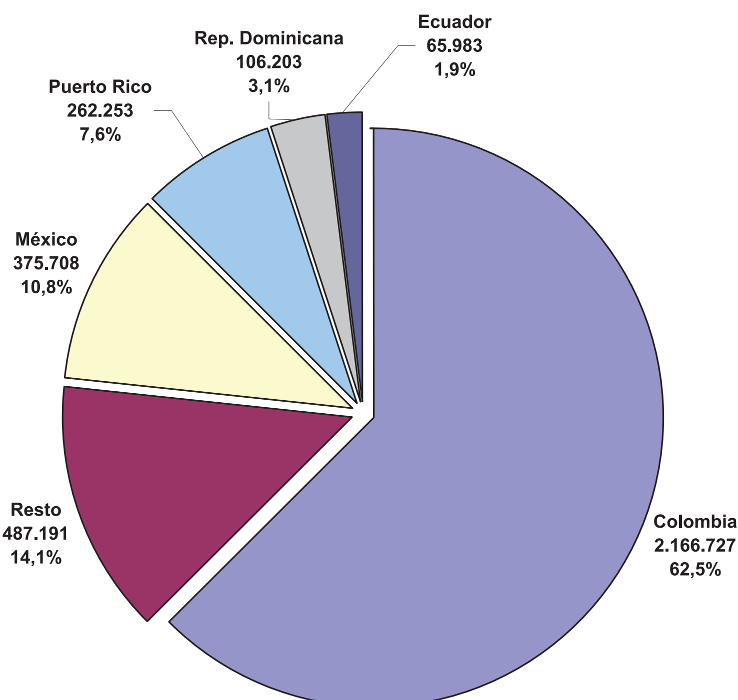
Importaciones culturales según origen - Distribución dentro de América
Perú - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 96

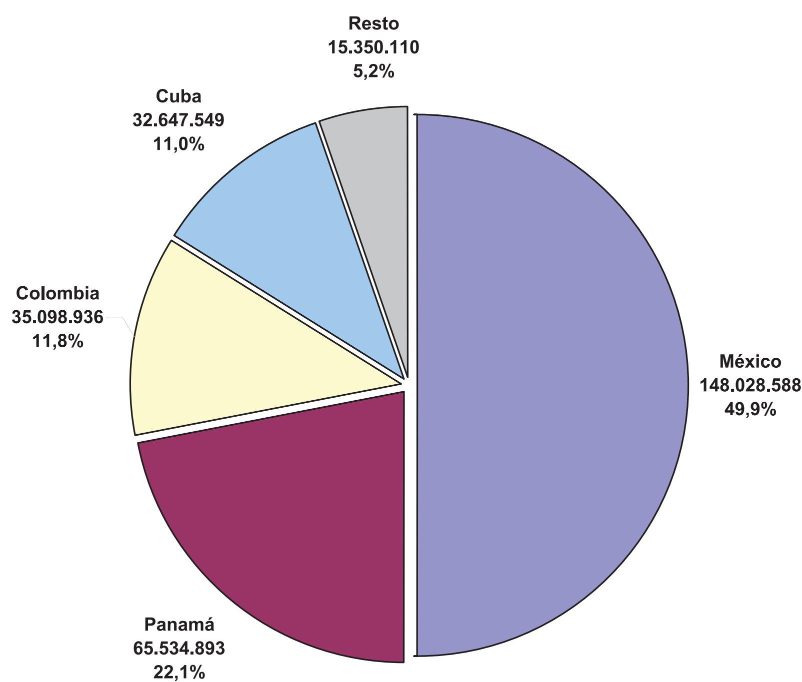
Exportaciones culturales según destino - Distribución al interior de América
Venezuela - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

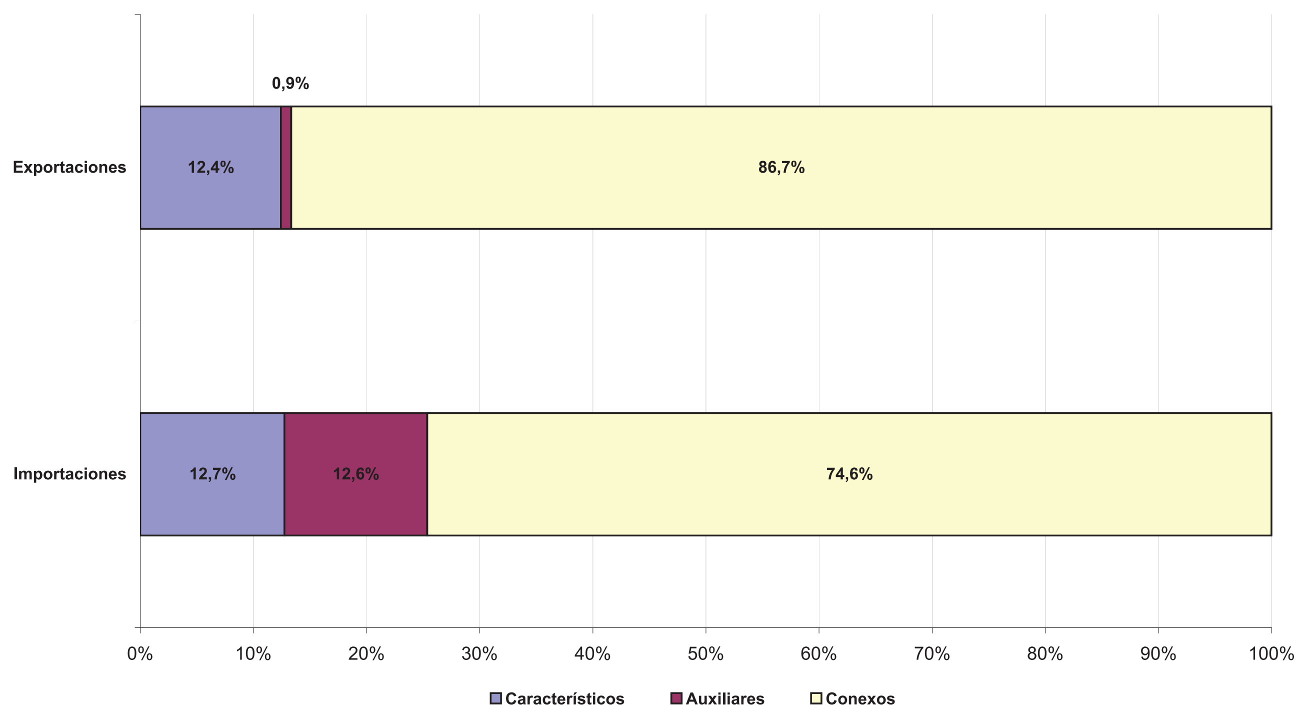
Gráfico 97

Importaciones culturales según origen - Distribución dentro de América
Venezuela - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



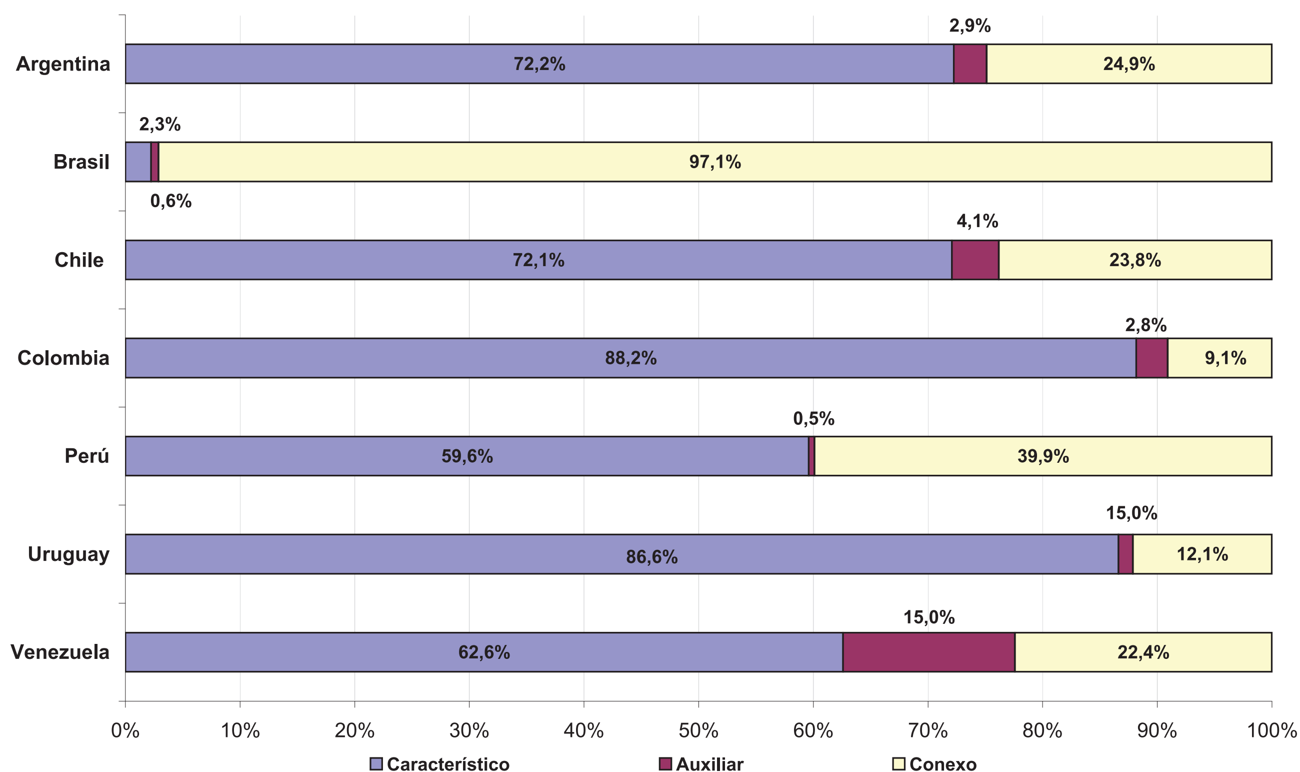
Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 98



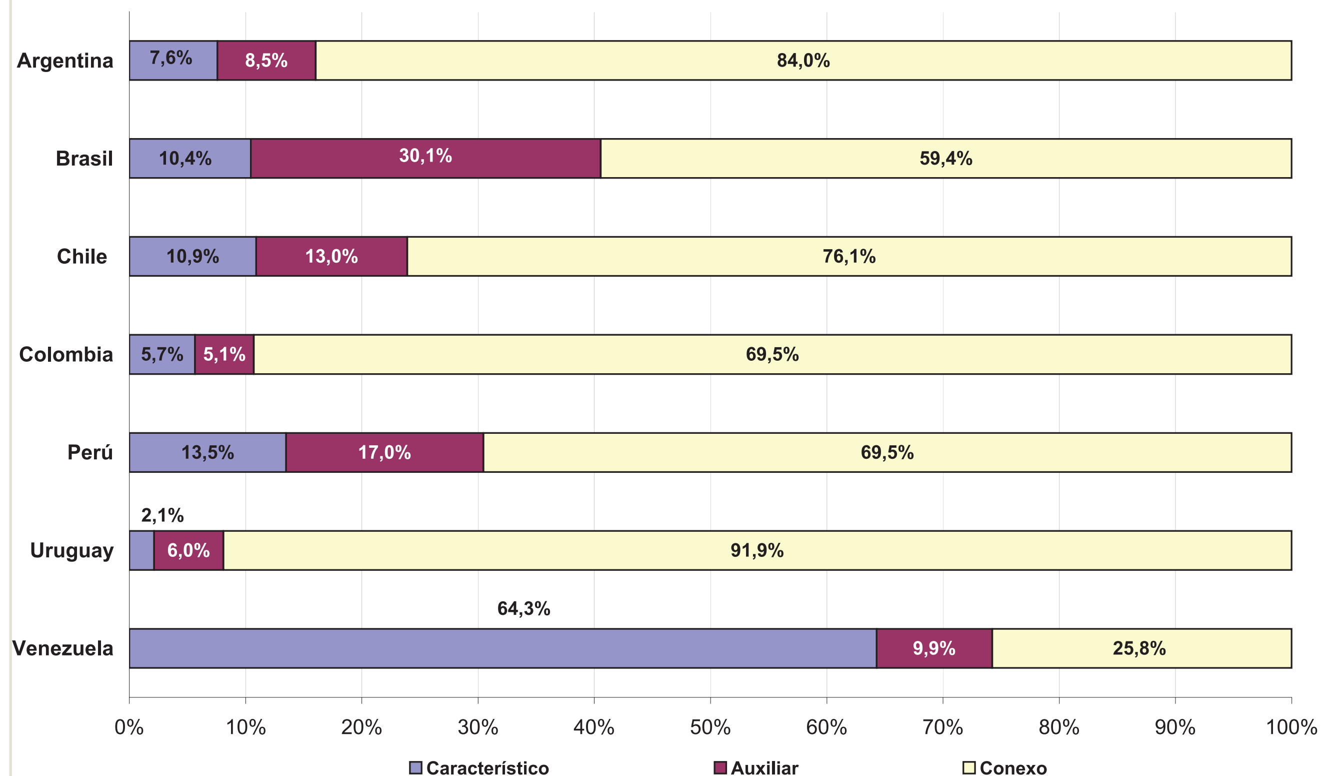
Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 99



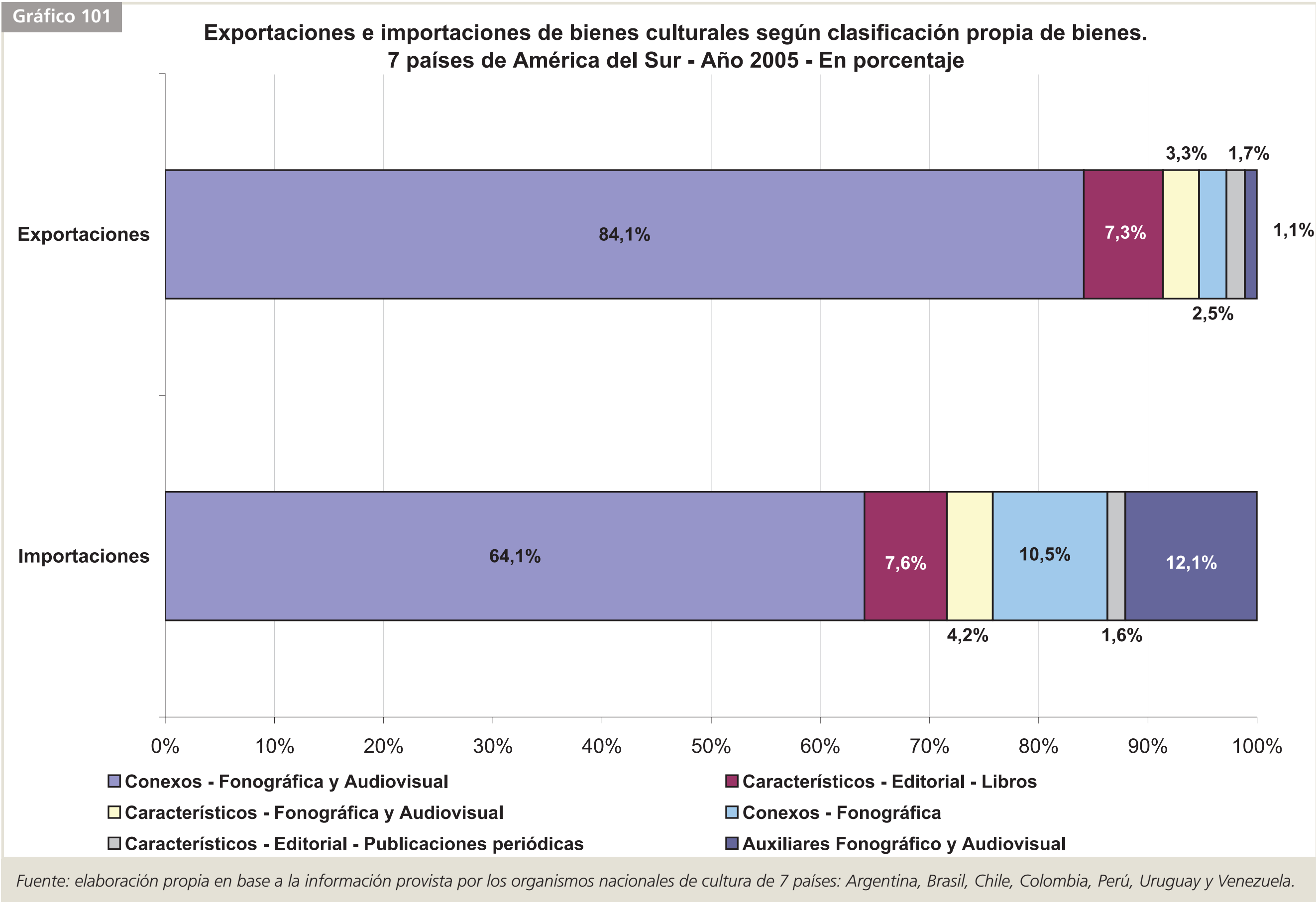
Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 100



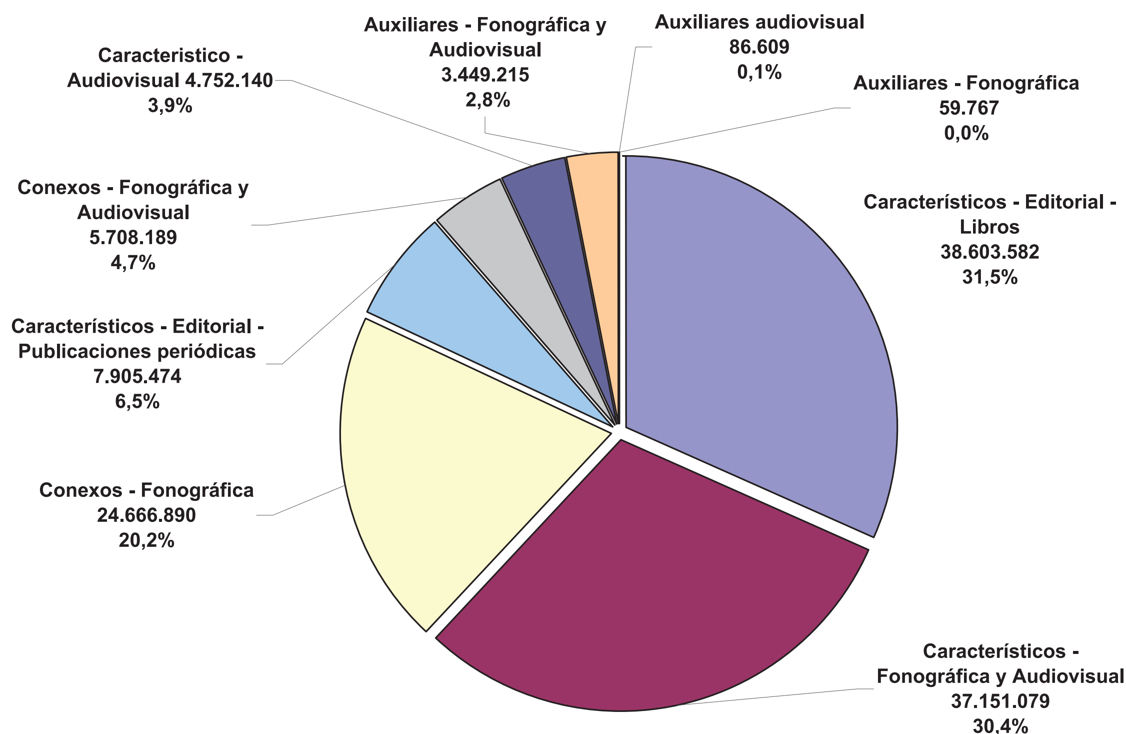
Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 101



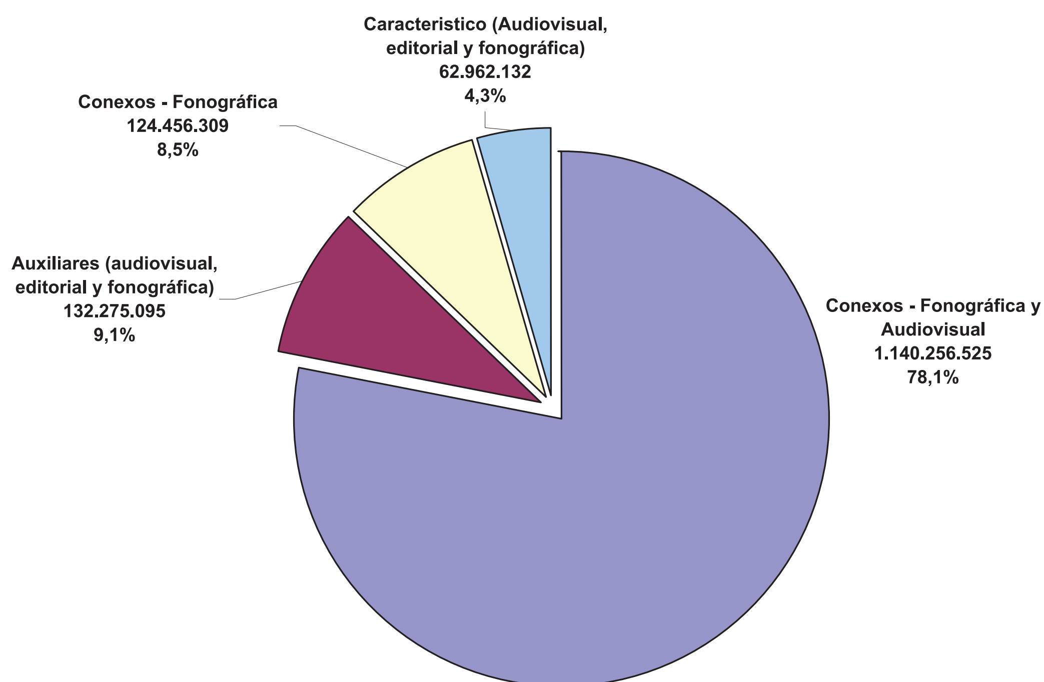
Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 102



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

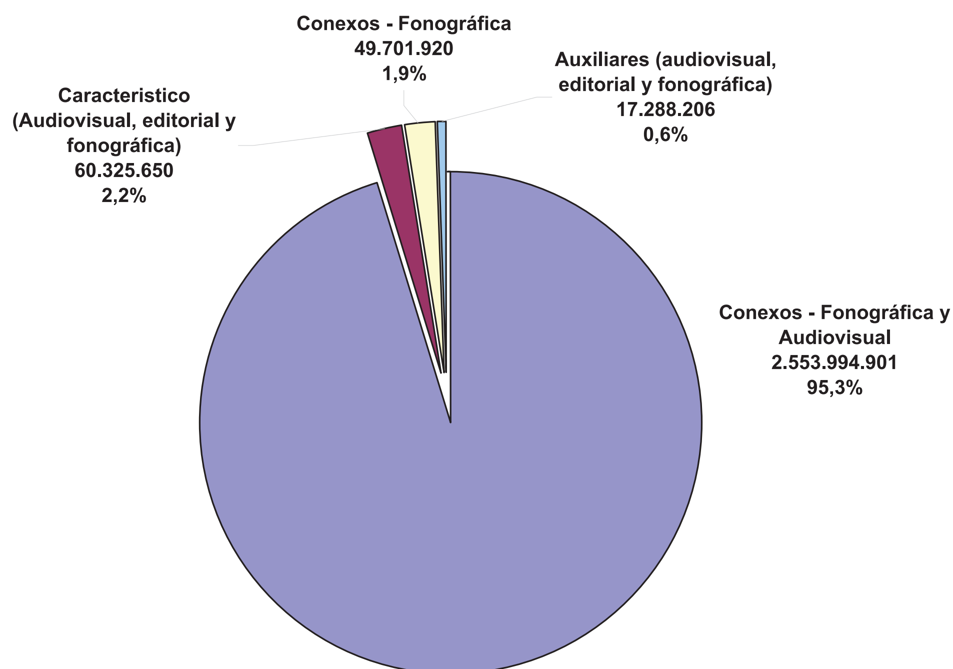
Gráfico 103



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 104

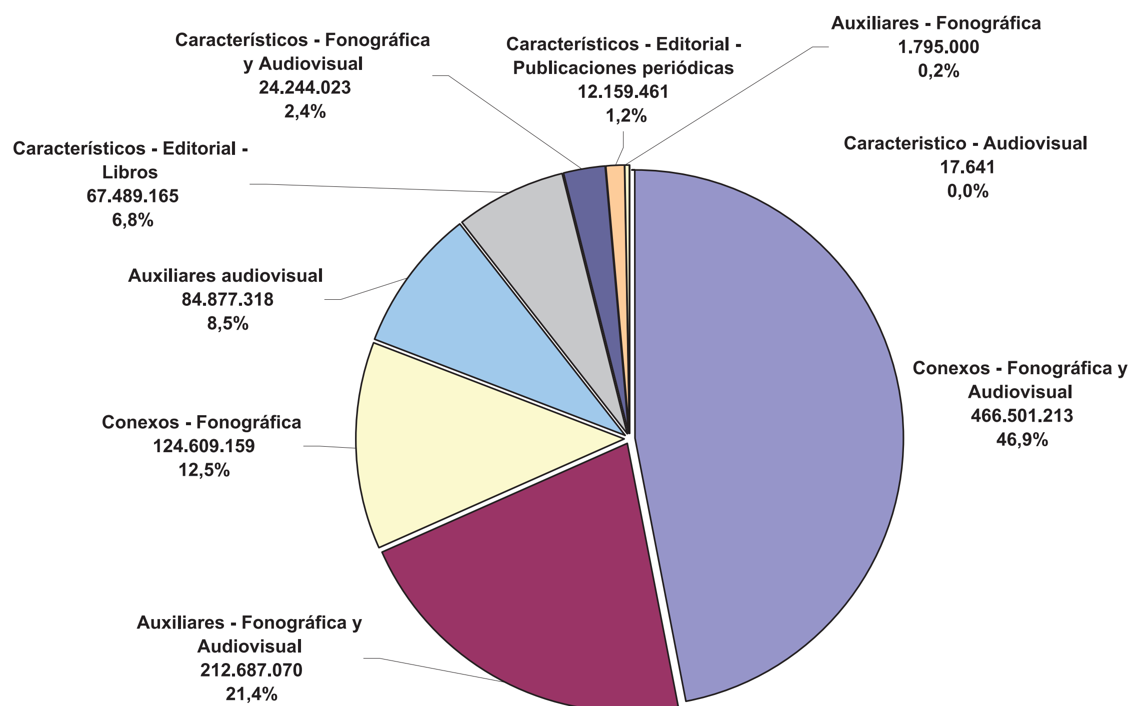
Exportaciones de bienes culturales según clasificación propia de bienes. Brasil - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 105

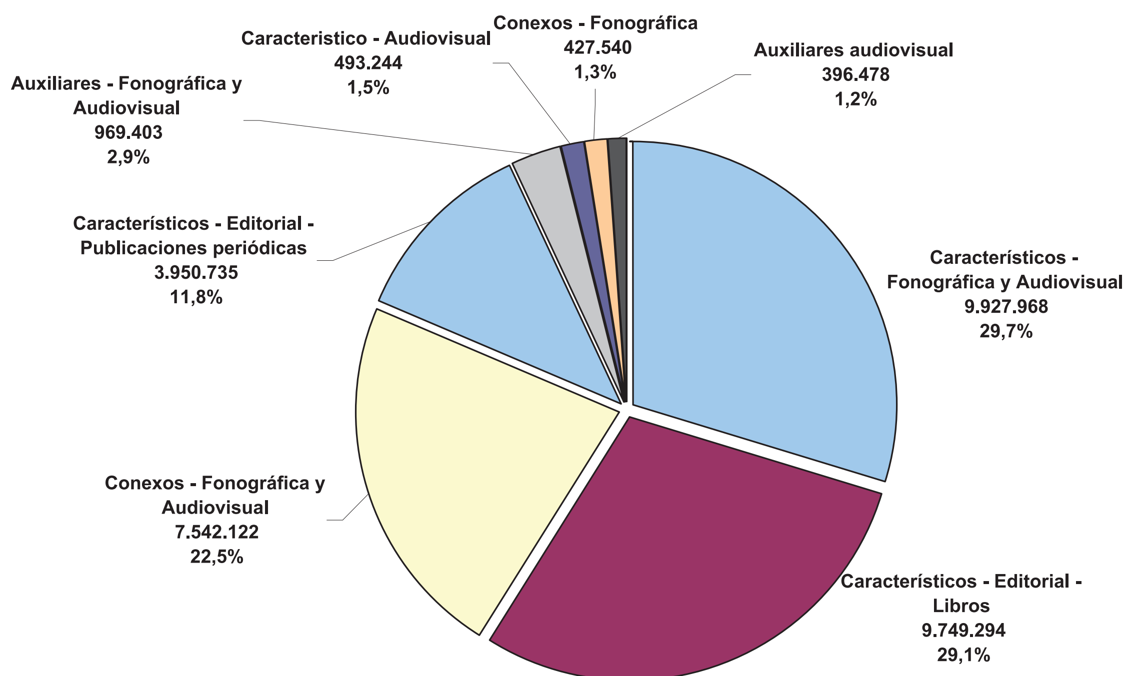
Importaciones de bienes culturales según clasificación propia de bienes. Brasil - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 106

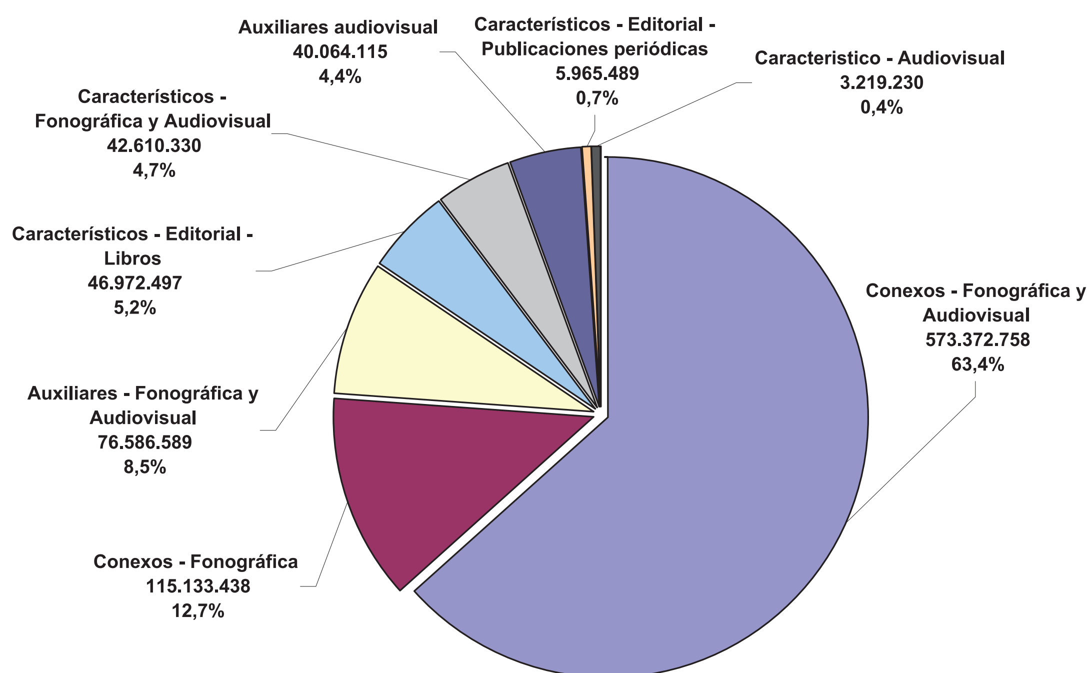
Exportaciones de bienes culturales según clasificación propia de bienes. Chile - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 107

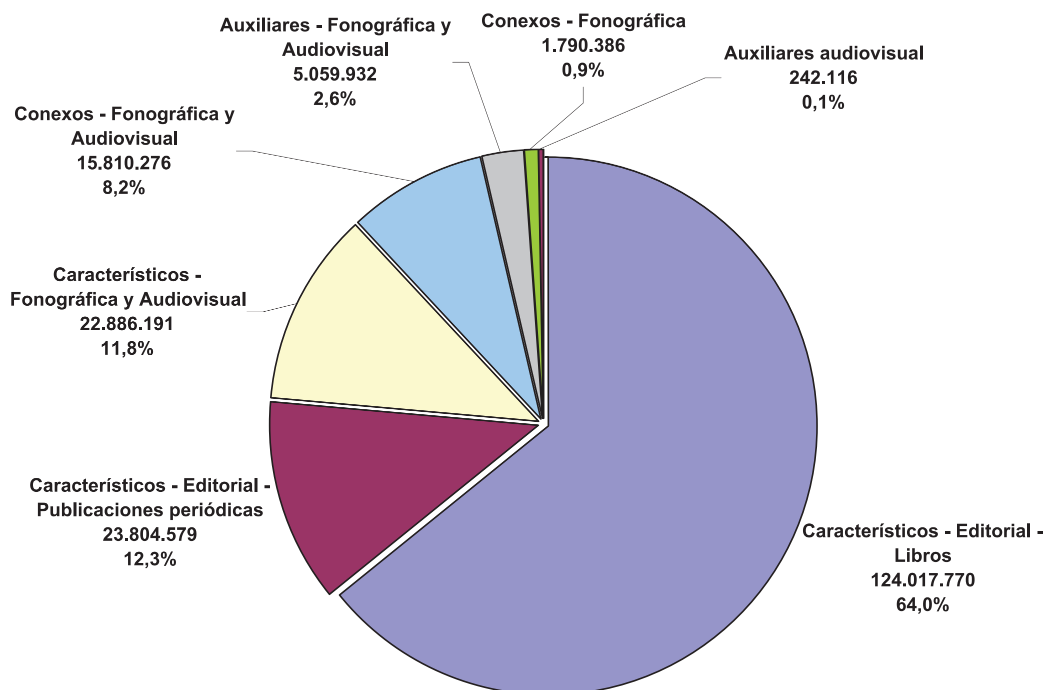
Importaciones de bienes culturales según clasificación propia de bienes. Chile - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 108

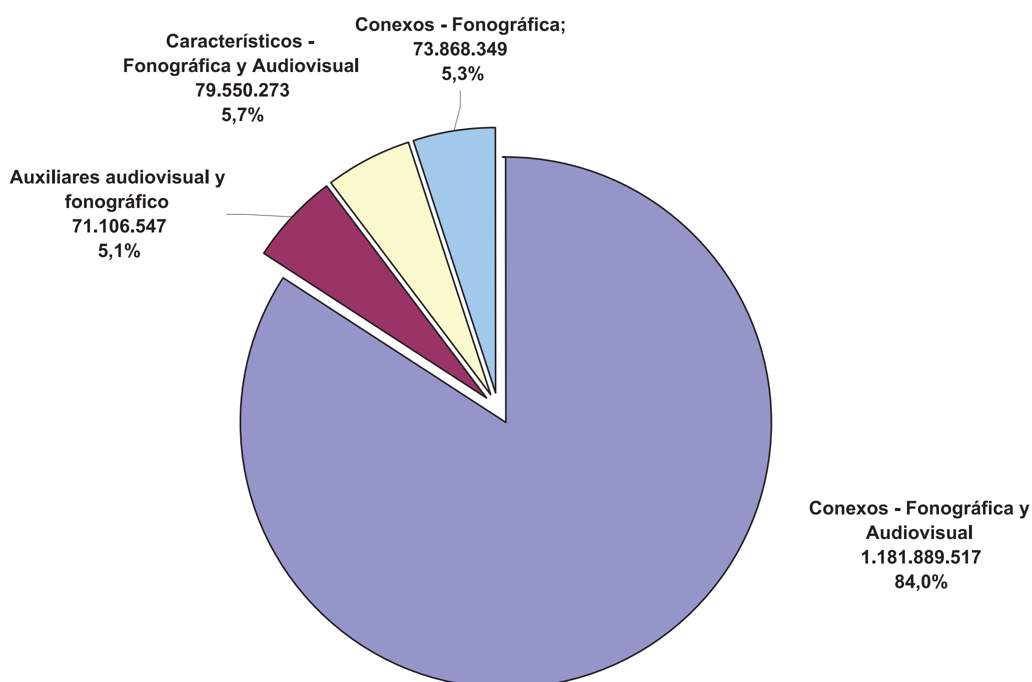
Exportaciones de bienes culturales según clasificación propia de bienes. Colombia - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

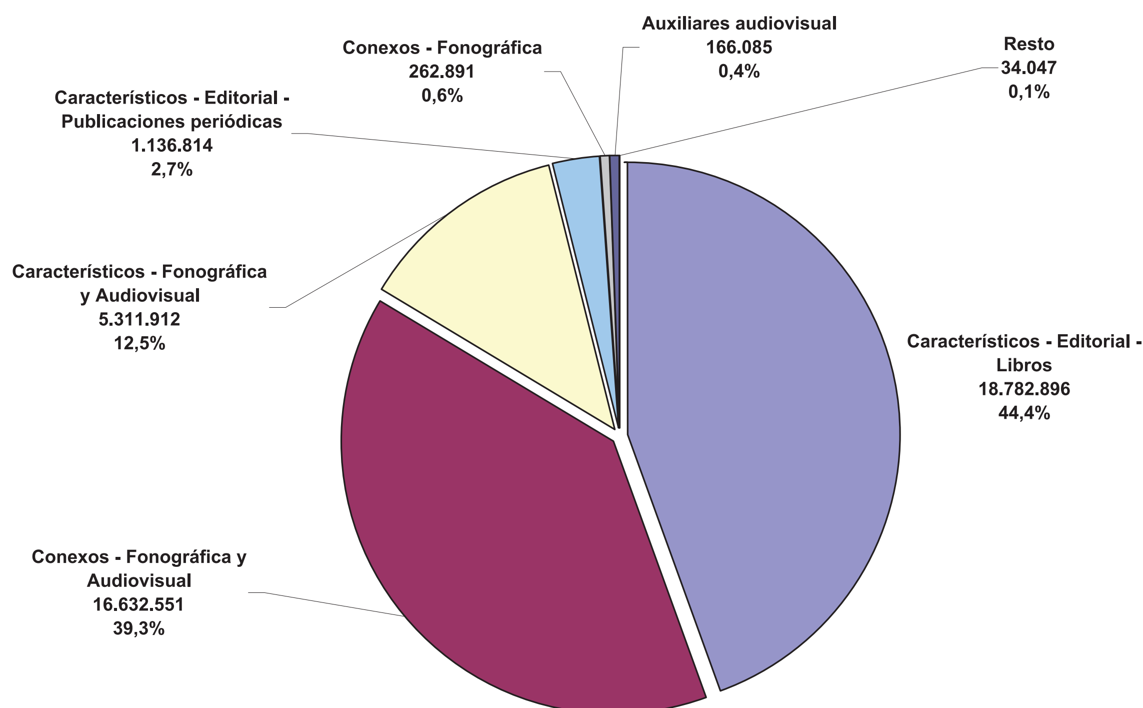
Gráfico 109

Importaciones de bienes culturales según clasificación propia de bienes. Colombia - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



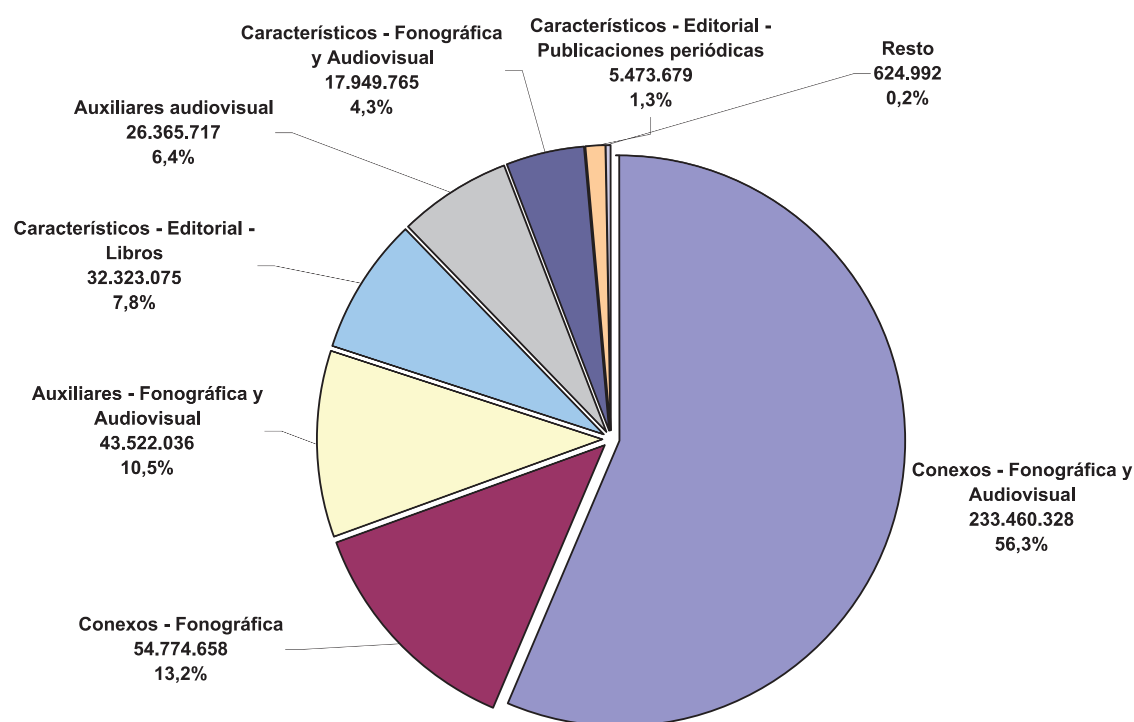
Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 110



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

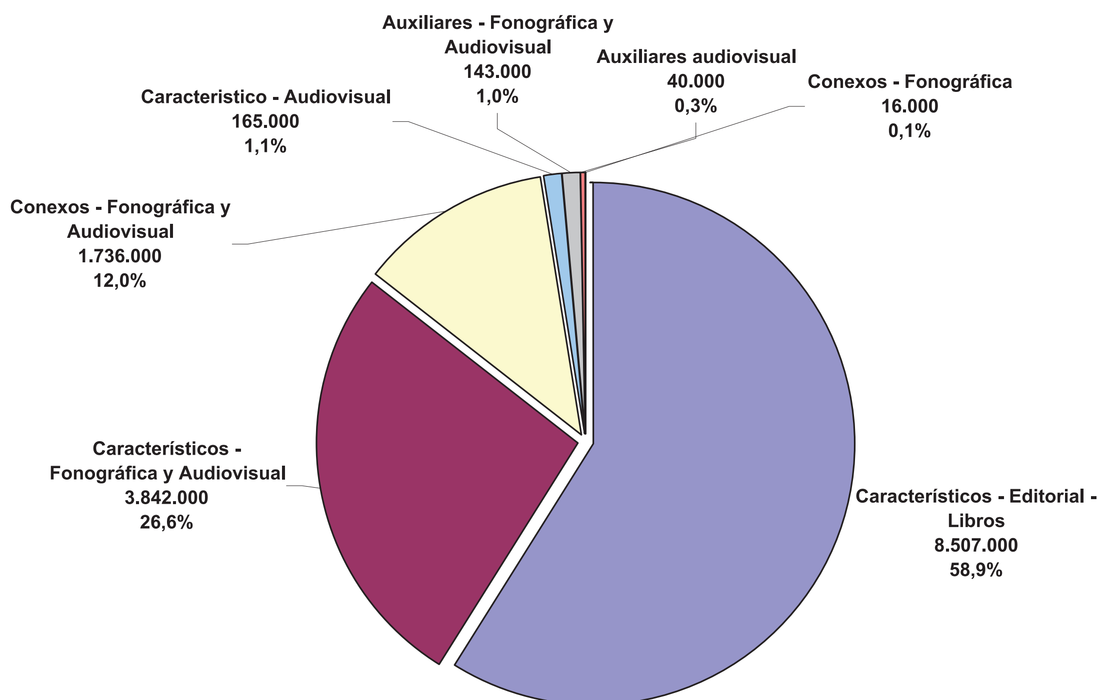
Gráfico 111



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 112

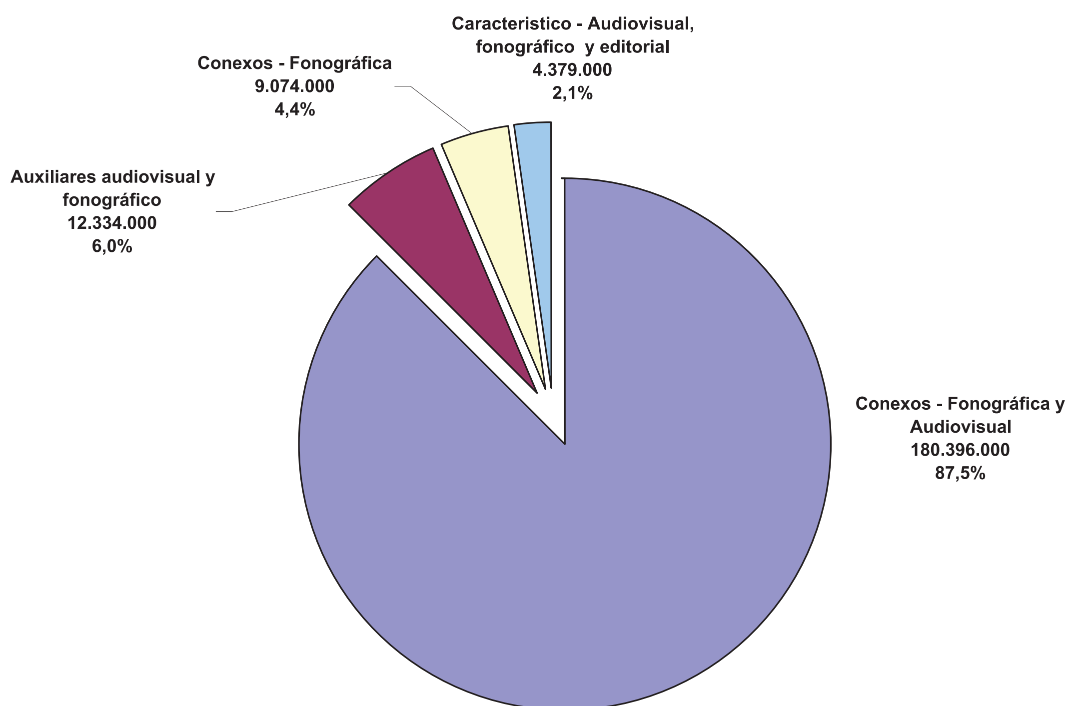
Exportaciones de bienes culturales según clasificación propia de bienes.
Uruguay - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 113

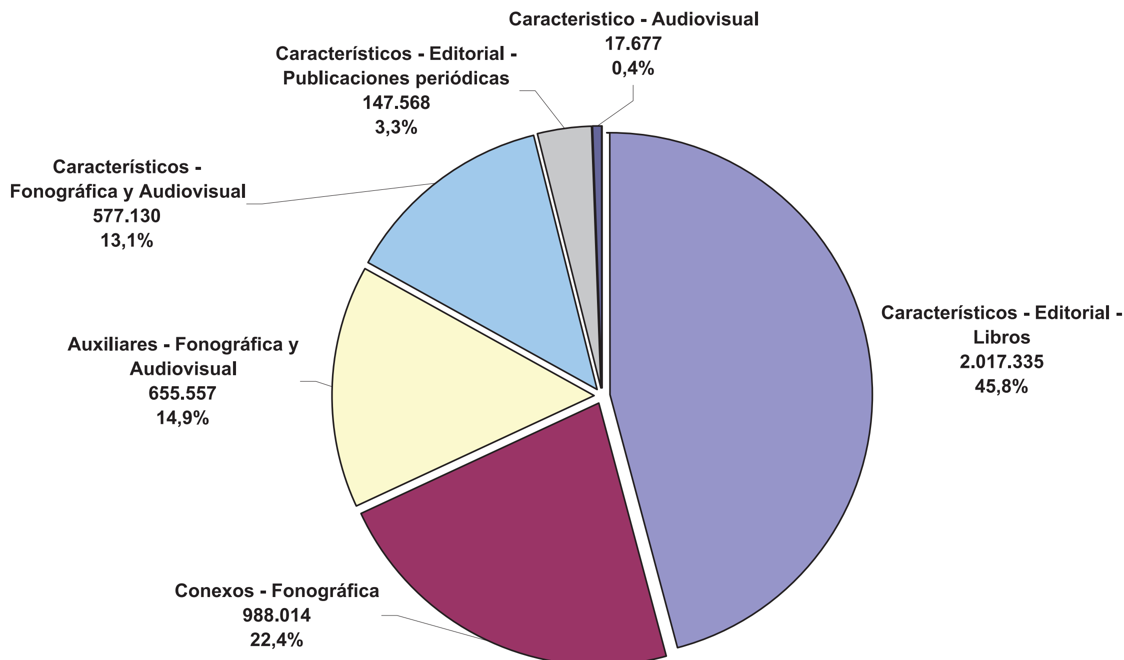
Importaciones de bienes culturales según clasificación propia de bienes.
Uruguay - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 114

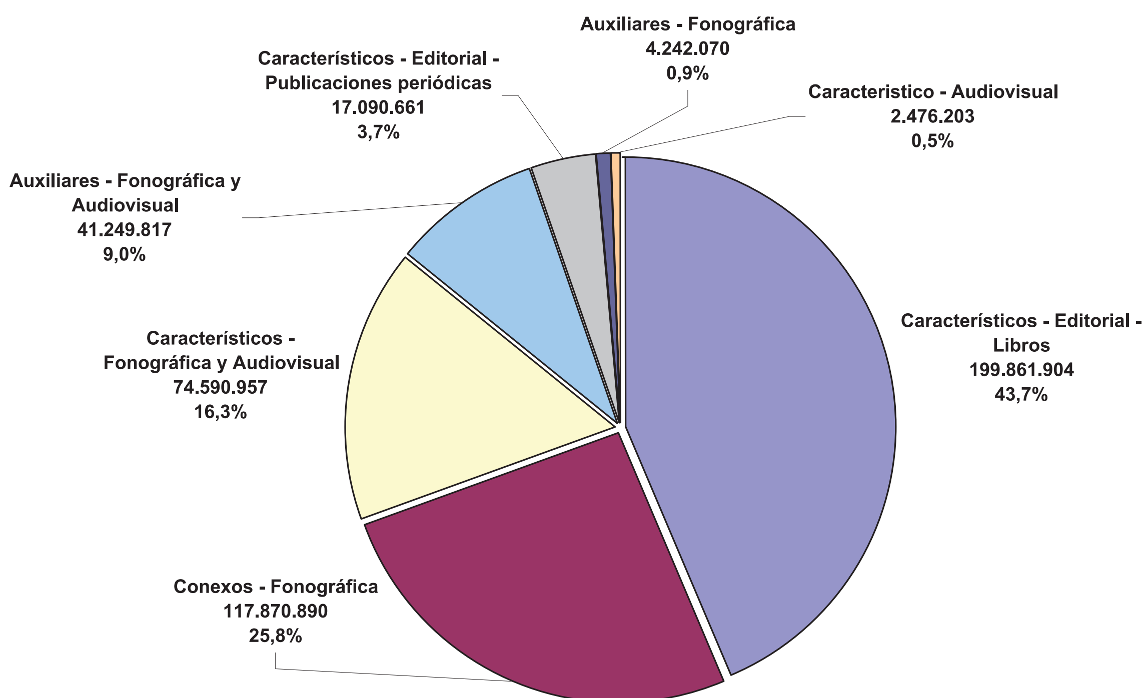
Exportación de bienes culturales según clasificación propia de bienes. Venezuela - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 115

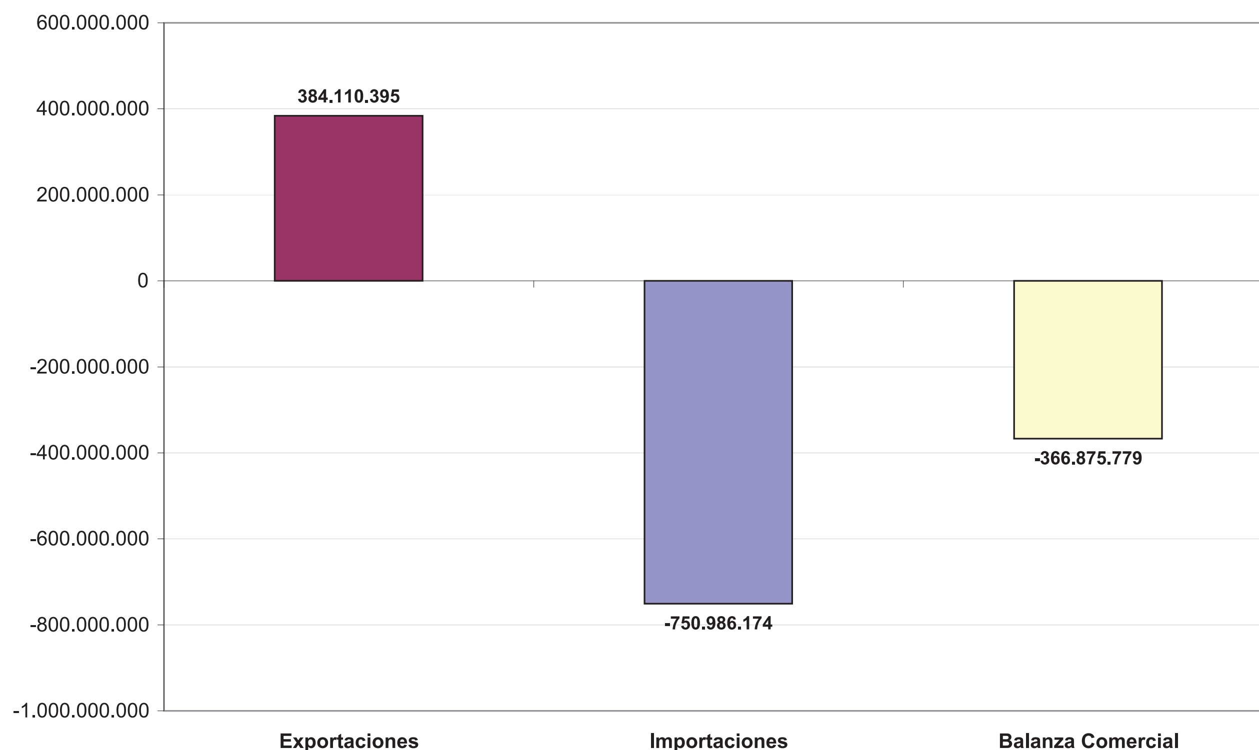
Importación de bienes culturales según clasificación propia de bienes. Venezuela - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 116

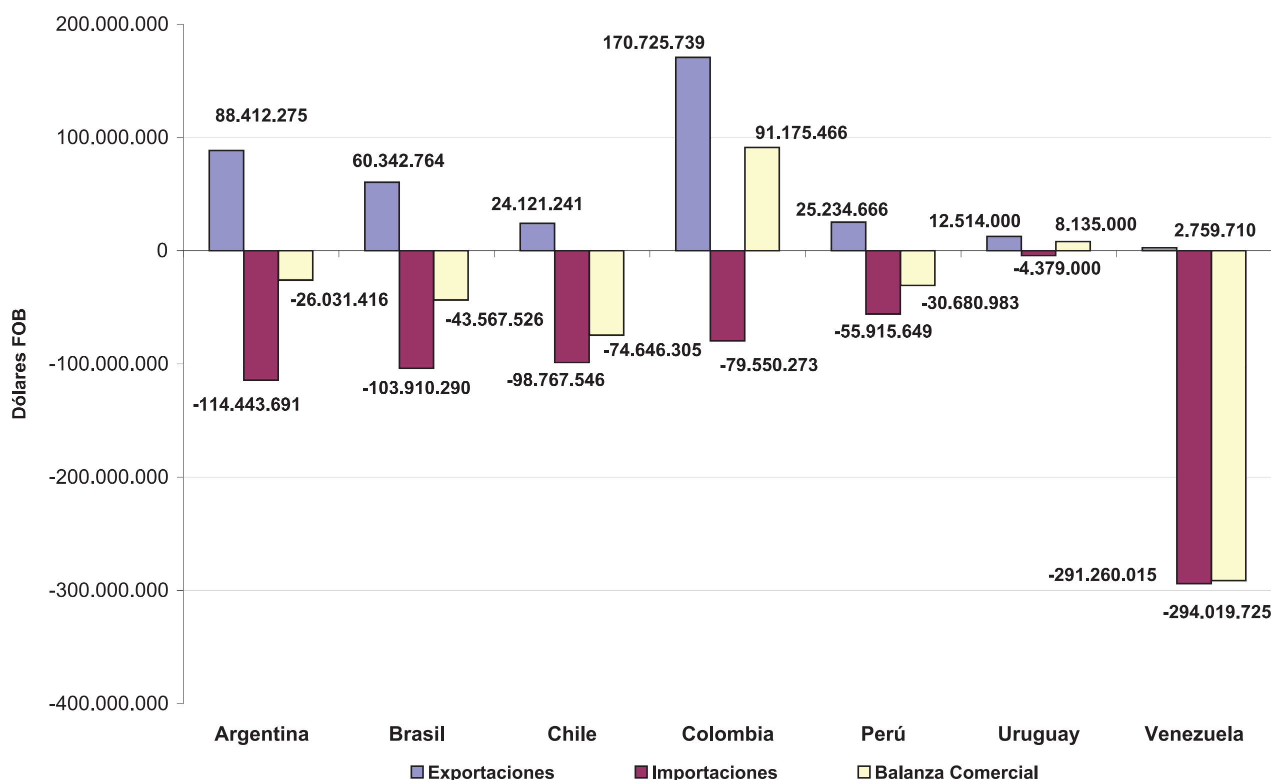
Exportaciones, importaciones y balanza comercial de bienes culturales característicos
7 países de América del Sur - Año 2005 - En dólares FOB



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

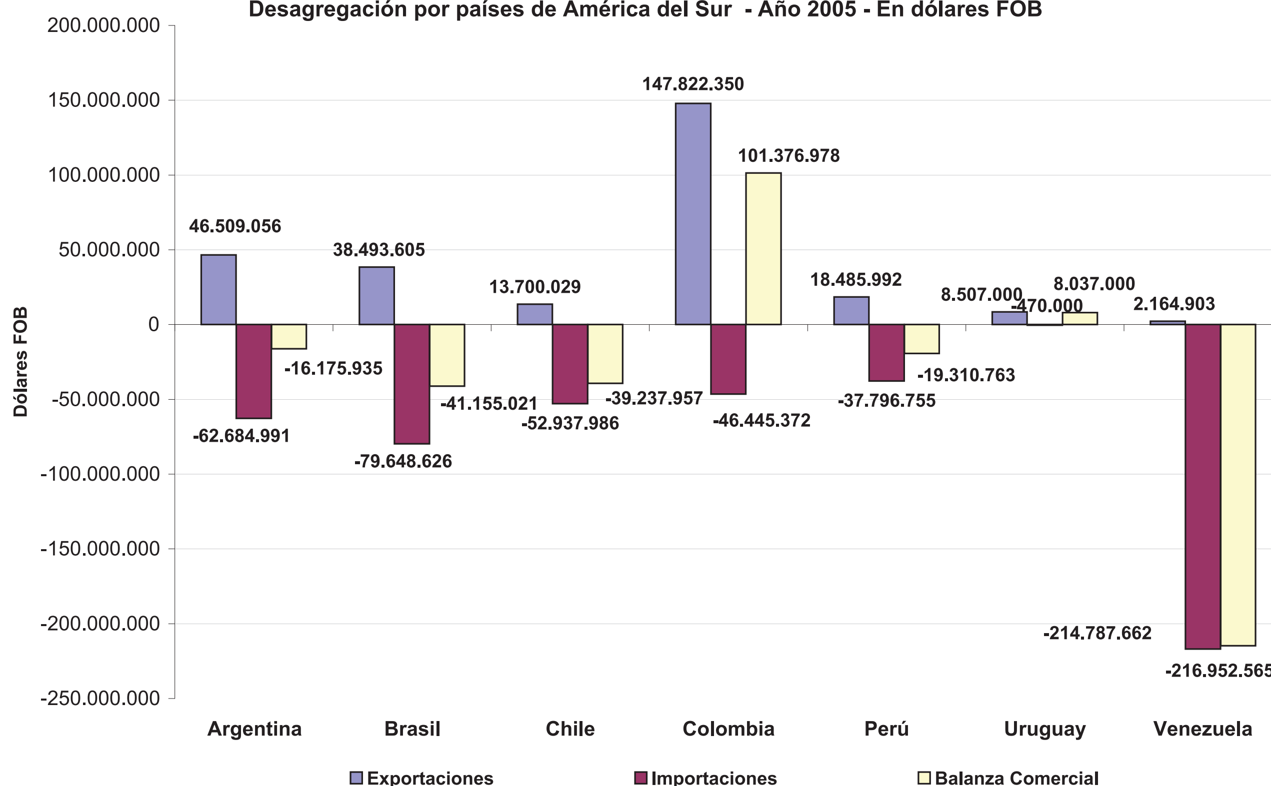
Gráfico 117

Exportaciones, importaciones y balanza comercial de bienes culturales característicos
Desagregación por países de América del Sur - Año 2005 - En dólares FOB



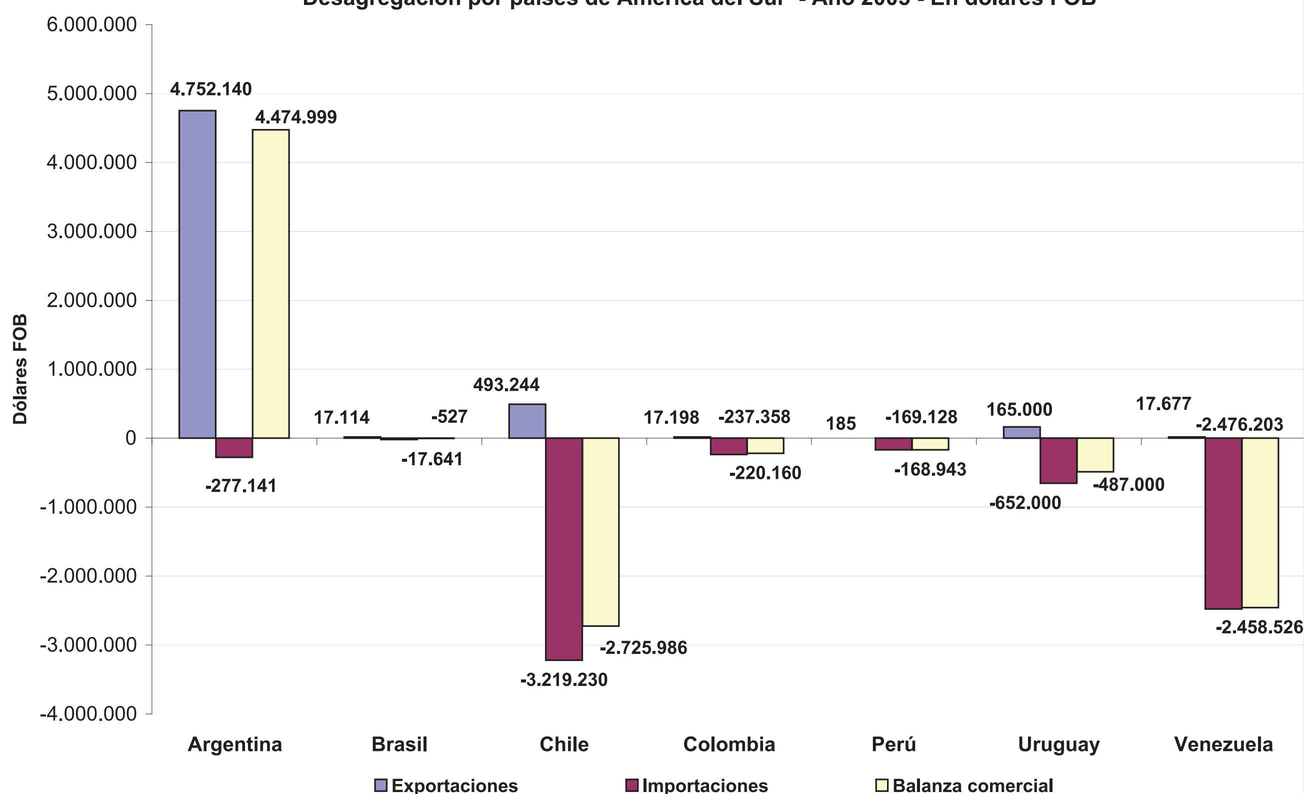
Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 118



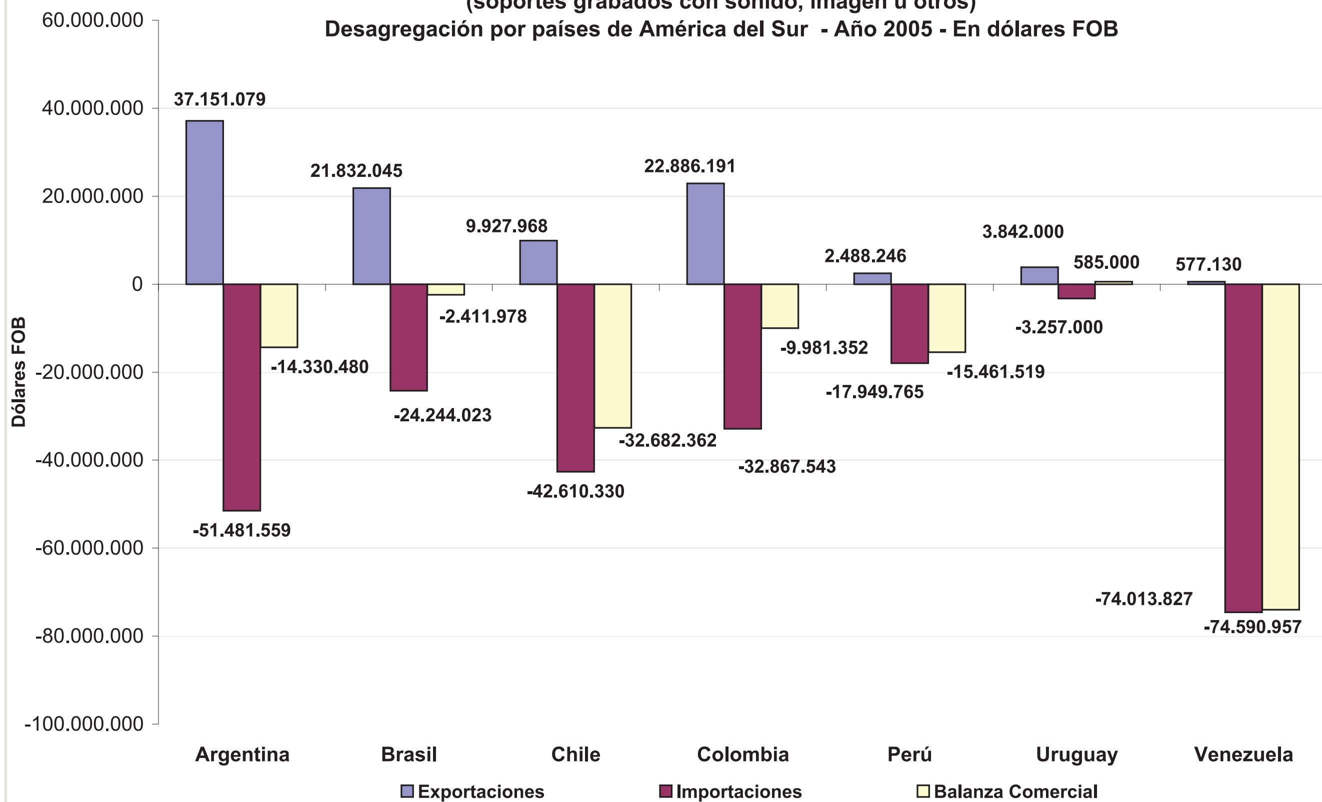
Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 119



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

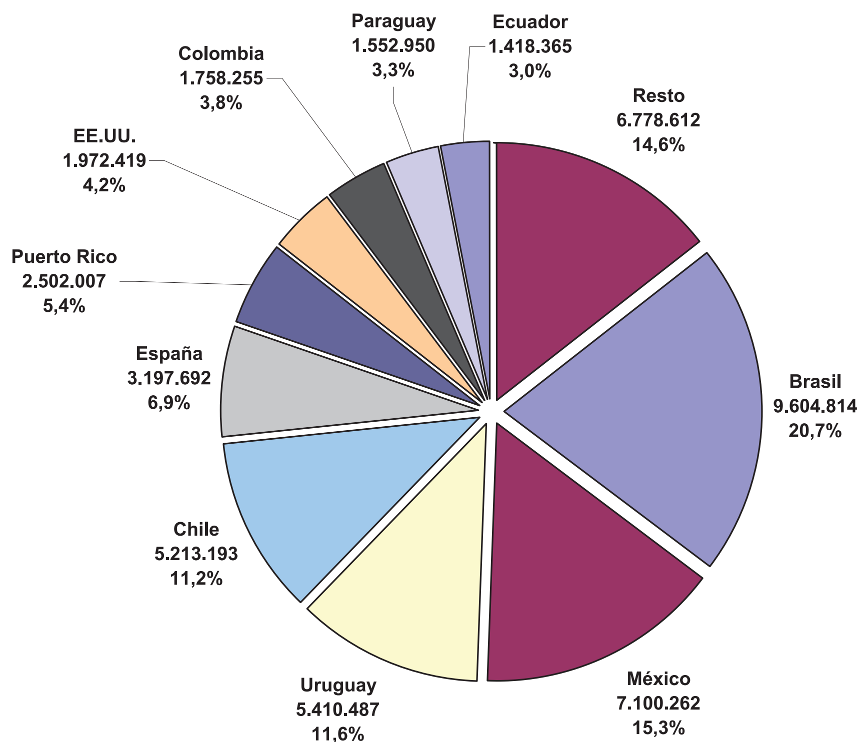
Gráfico 120



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 121

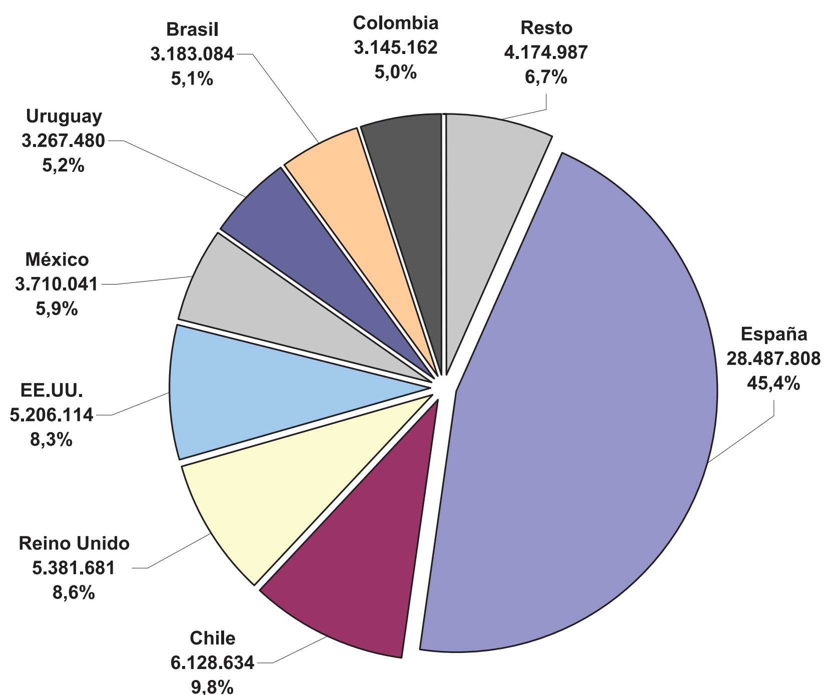
Exportaciones de bienes característicos de la industria editorial según destino
Argentina - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 122

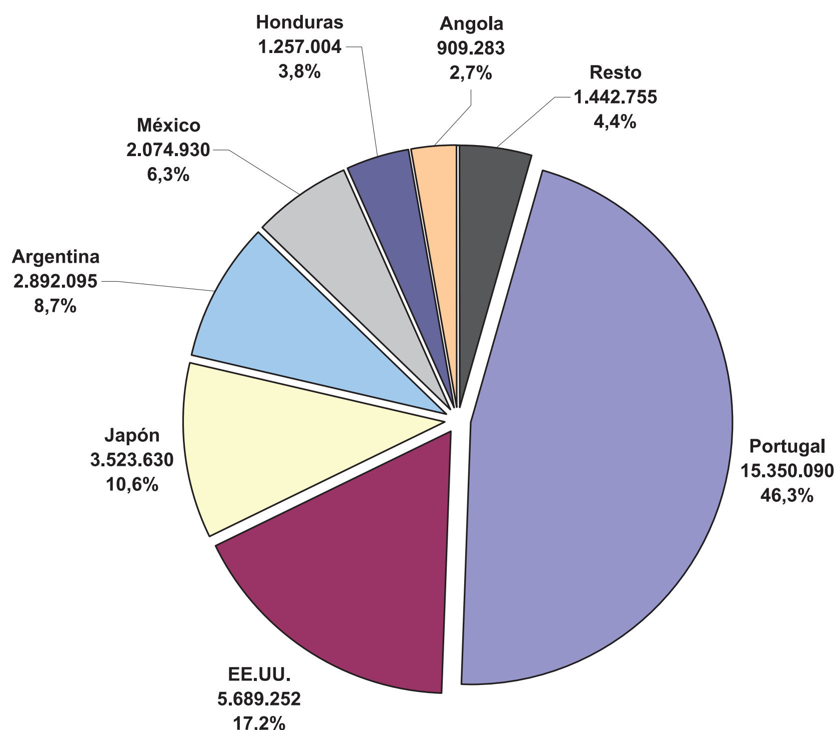
Importaciones de bienes característicos de la industria editorial según origen
Argentina - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 123

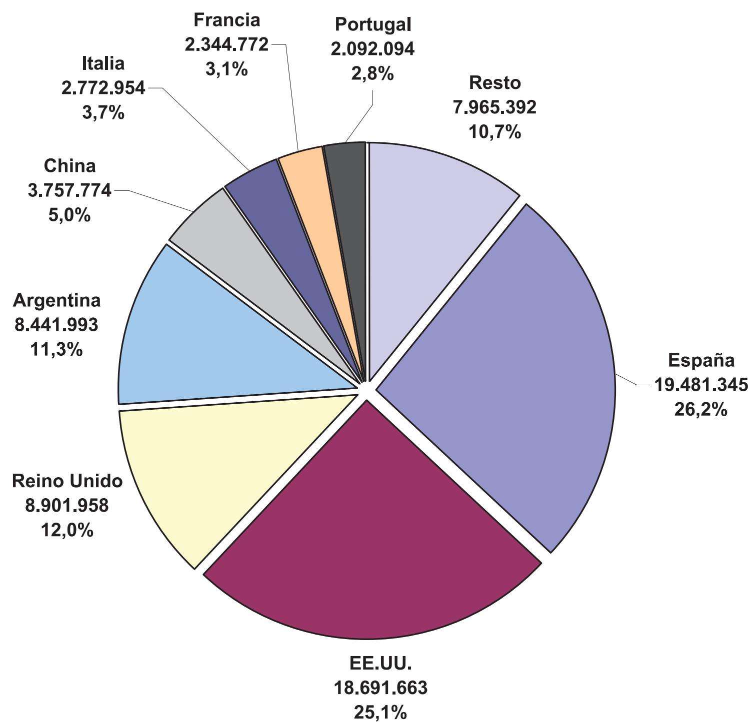
Exportaciones de bienes característicos de la industria editorial según destino
Brasil - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 124

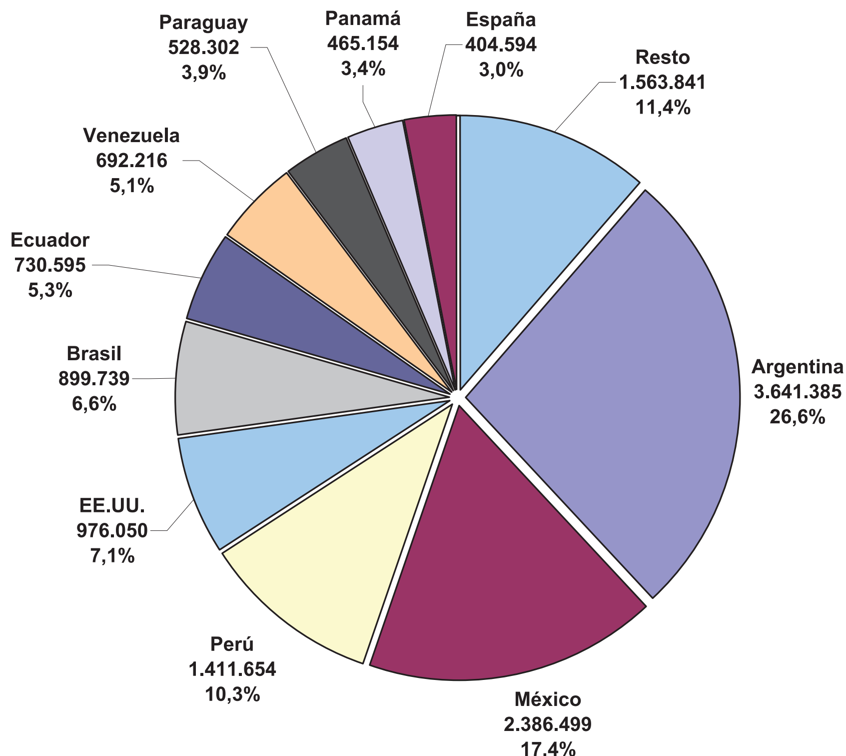
Importaciones de bienes característios de la industria editorial según origen
Brasil - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 125

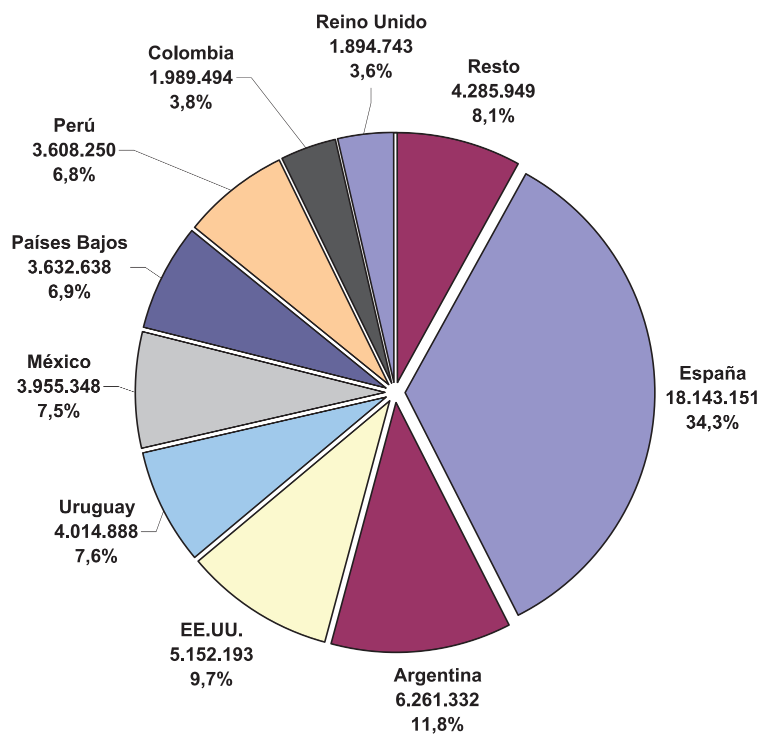
Exportaciones de bienes característicos de la industria editorial según destino
Chile - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 126

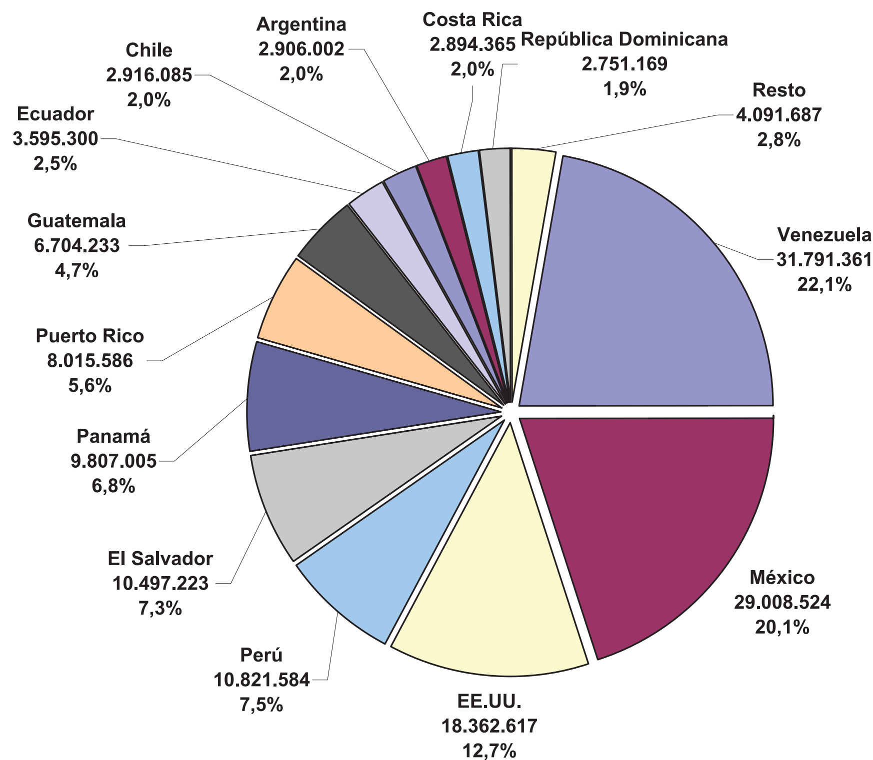
Importaciones de bienes característicos de la industria editorial según origen
Chile - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 127

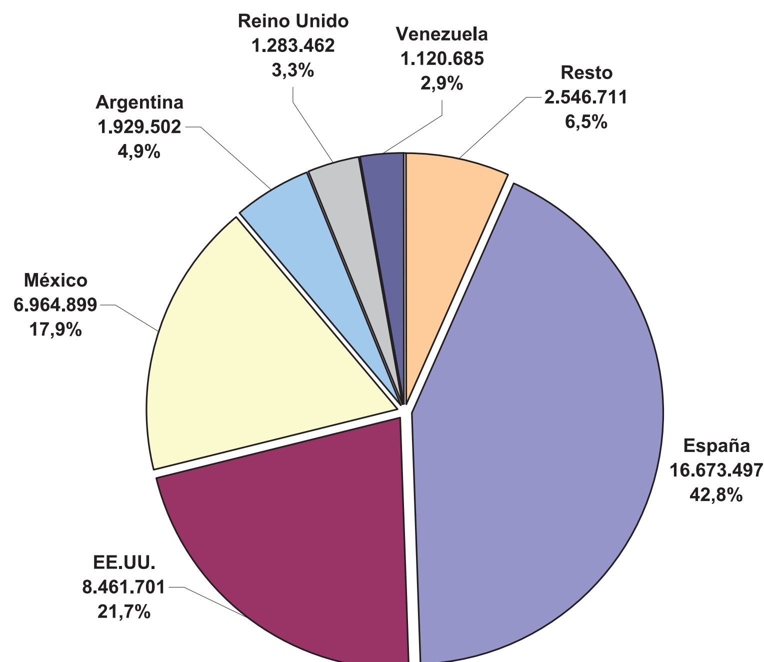
Exportaciones de bienes característicos de la industria editorial según destino
Colombia - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 128

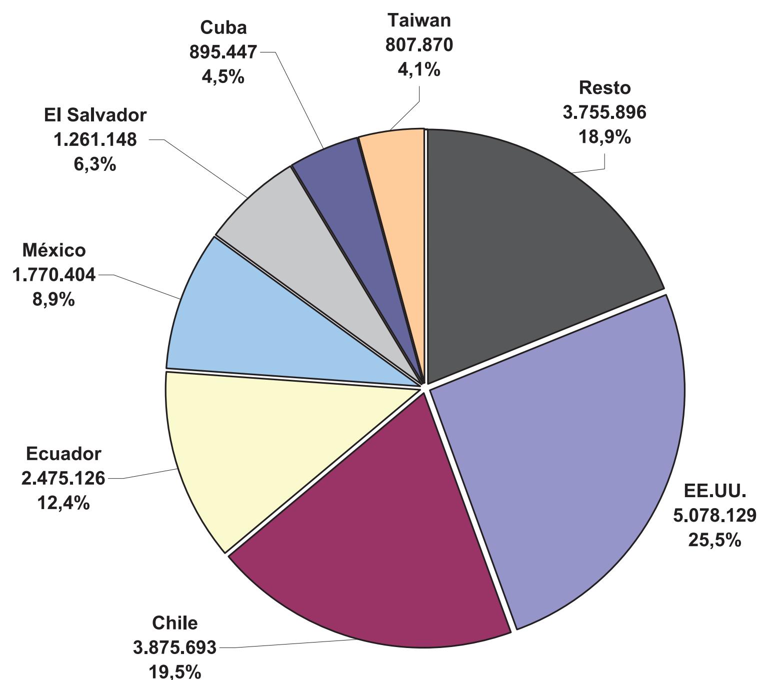
Importaciones de bienes característicos de la industria editorial según origen
Colombia - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 129

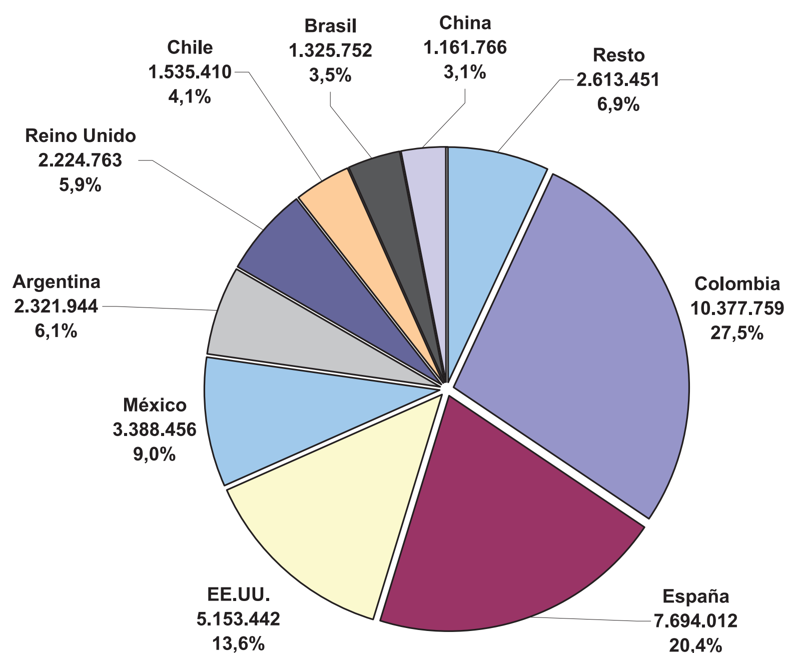
Exportaciones de bienes característicos de la industria editorial según destino
Perú - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 130

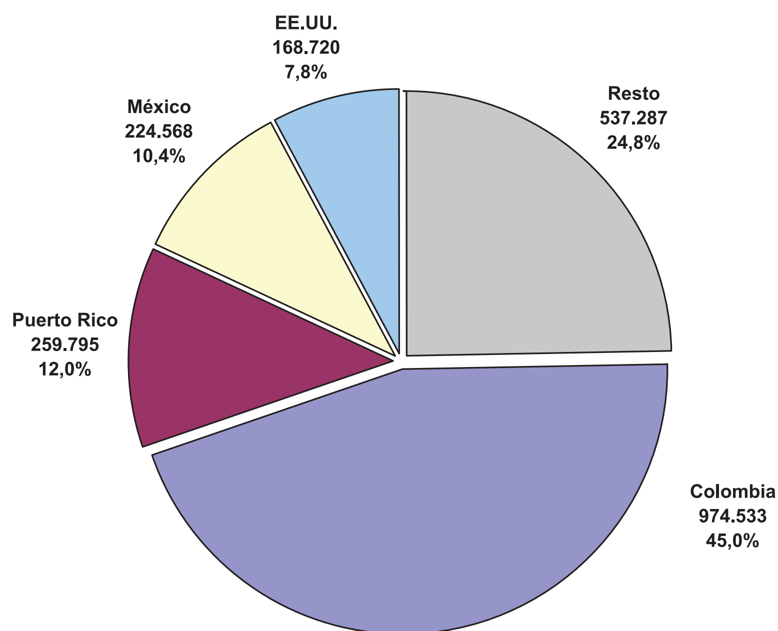
Importaciones de bienes característicos de la industria editorial según origen
Perú - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 131

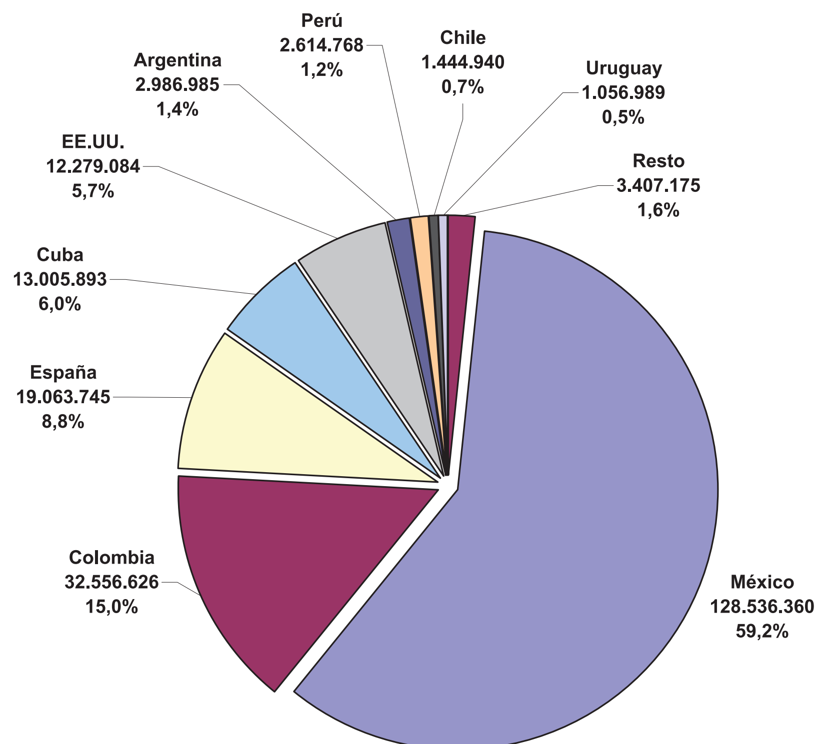
Exportaciones de bienes característicos de la industria editorial según destino
Venezuela - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 132

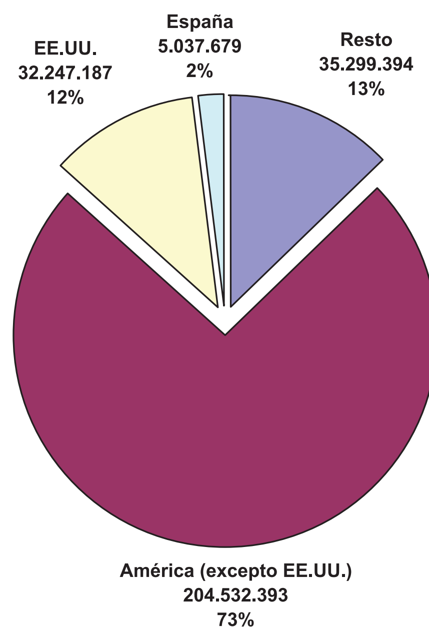
Importaciones de bienes característicos de la industria editorial según origen
Venezuela - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 133

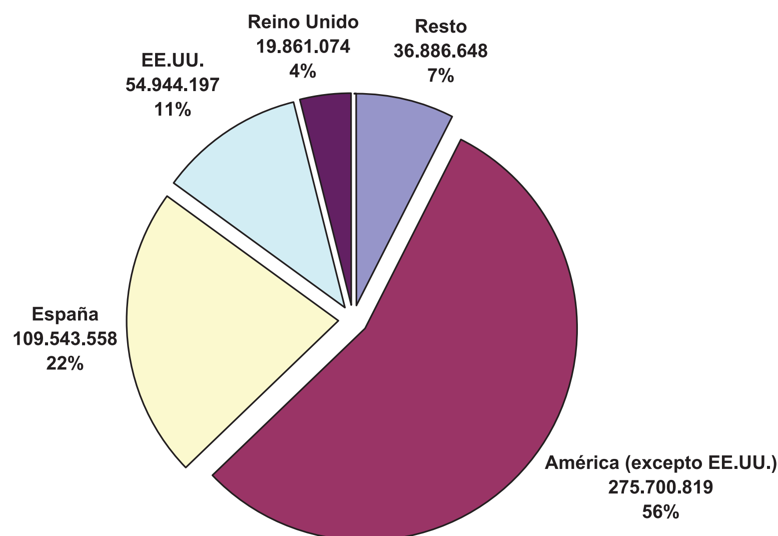
Exportaciones de bienes editoriales según destino - Selección de países y continentes
7 países de América del Sur - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

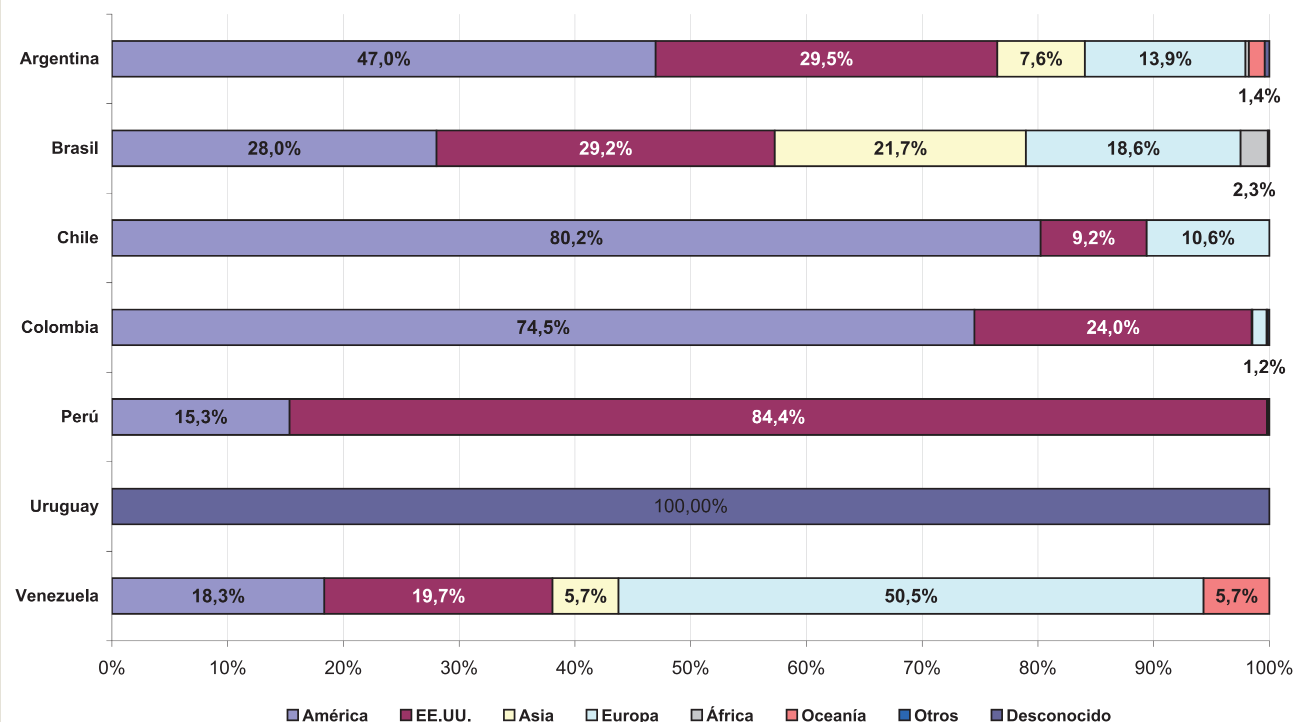
Gráfico 134

Importaciones de bienes editoriales según origen - Selección de países y continentes
7 países de América del Sur - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



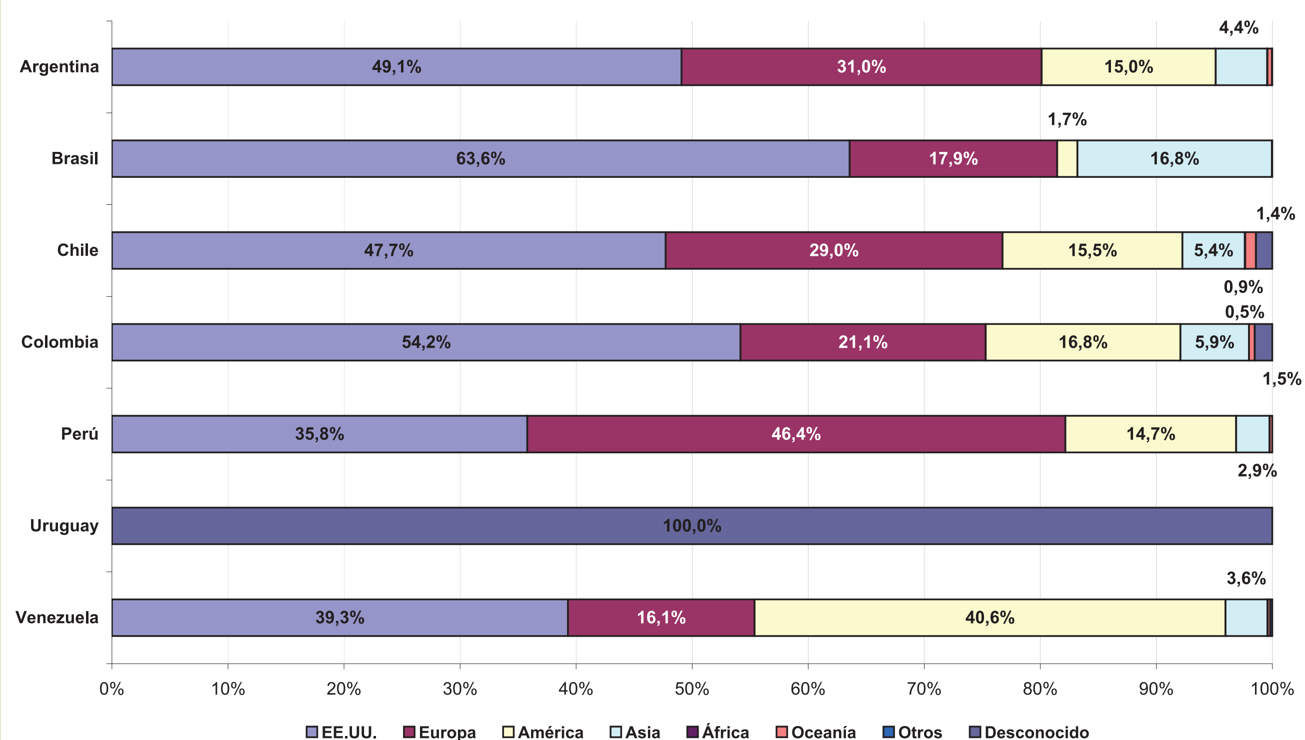
Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 135



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

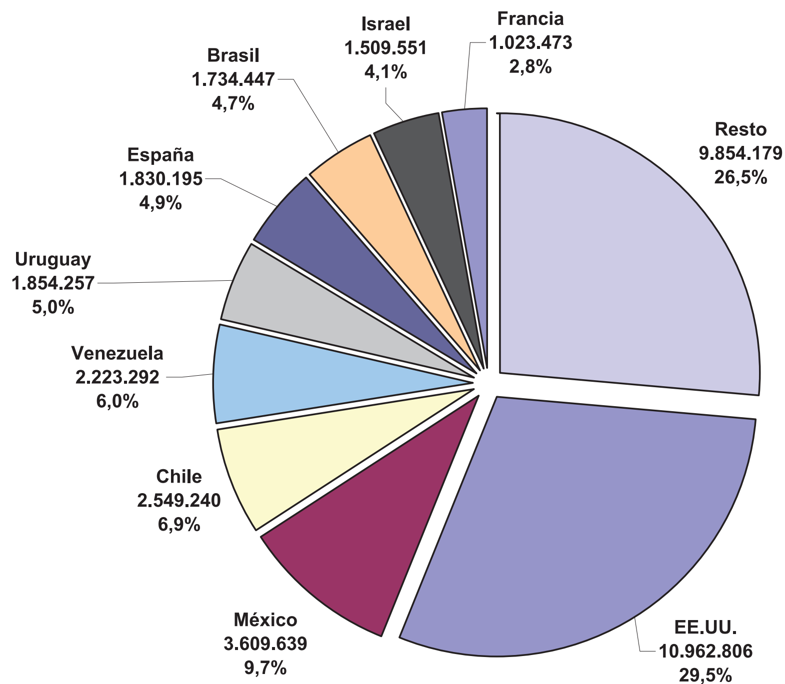
Gráfico 136



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 137

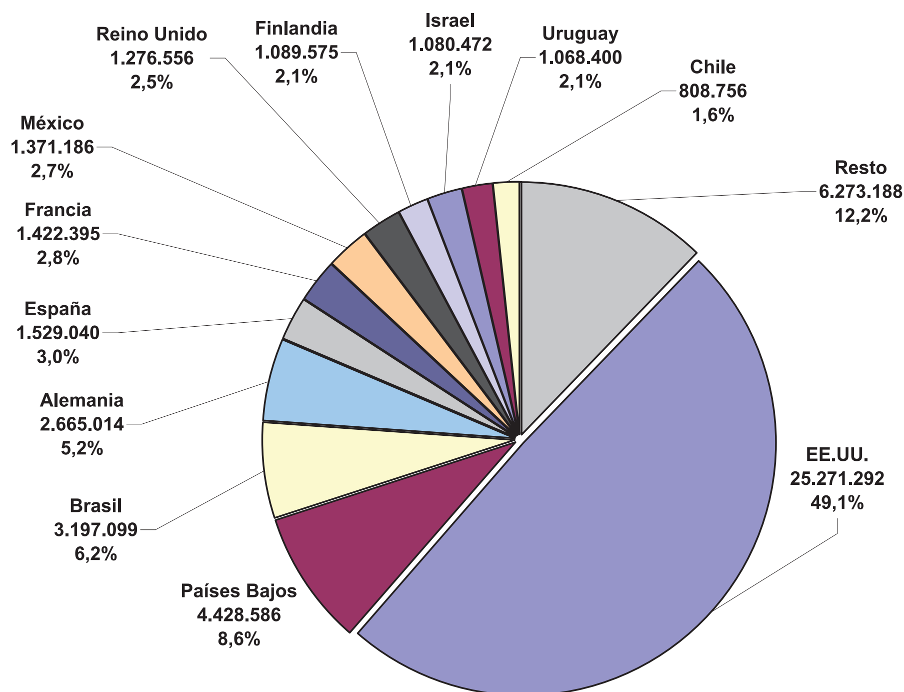
Exportaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según destino
Argentina - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 138

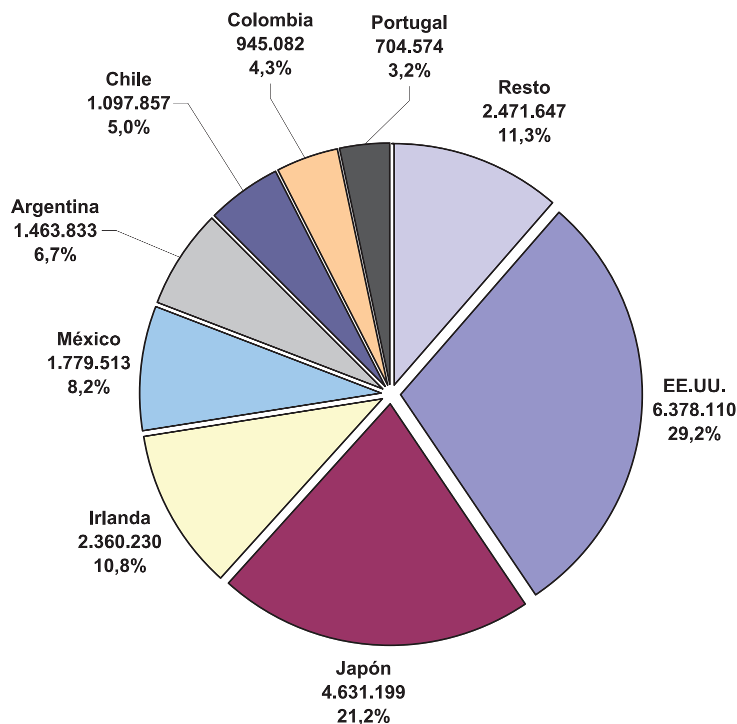
Importaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según origen
Argentina - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 139

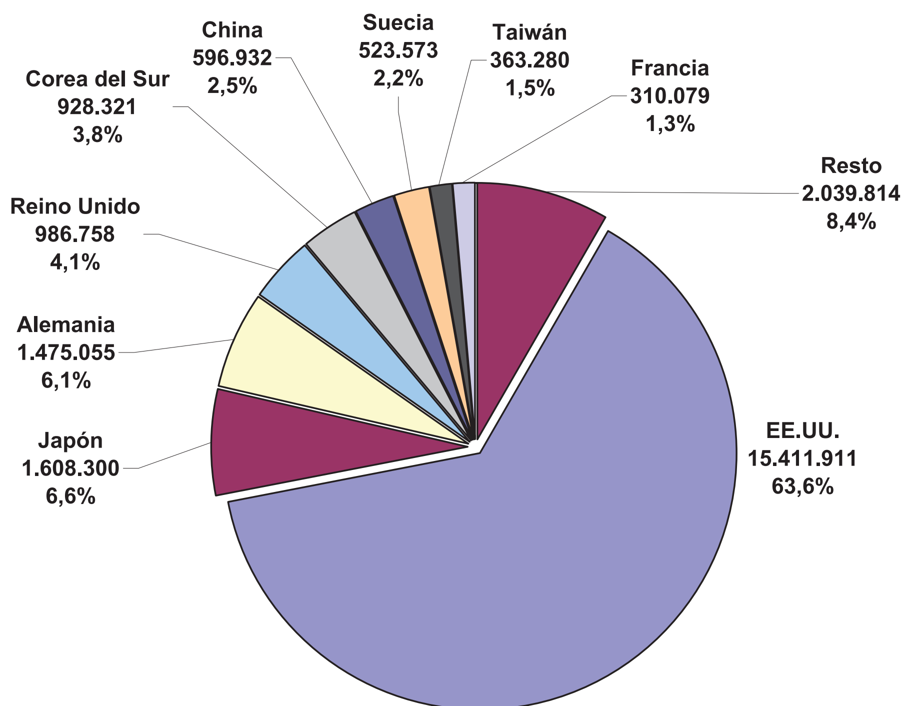
**Exportaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según destino
Brasil - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje**



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 140

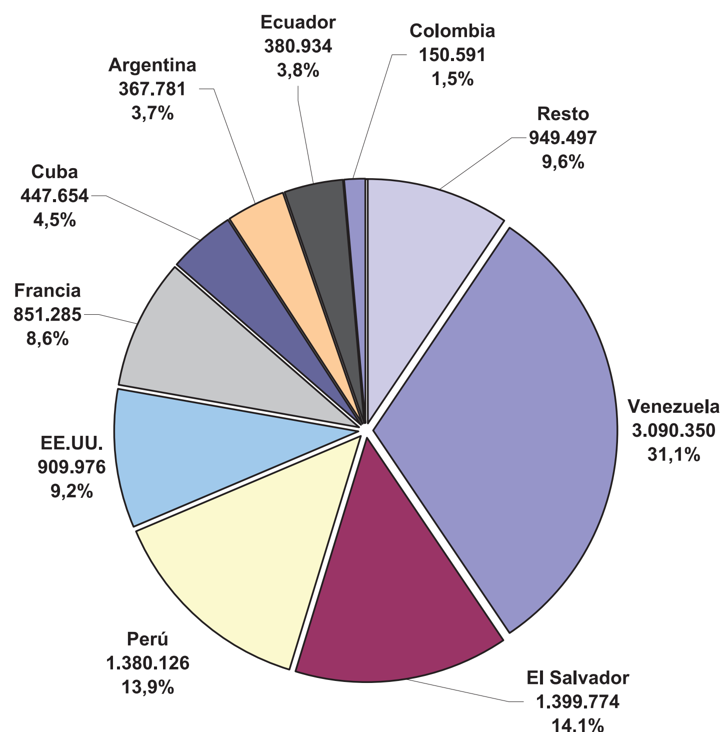
**Importaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según origen
Brasil - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje**



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 141

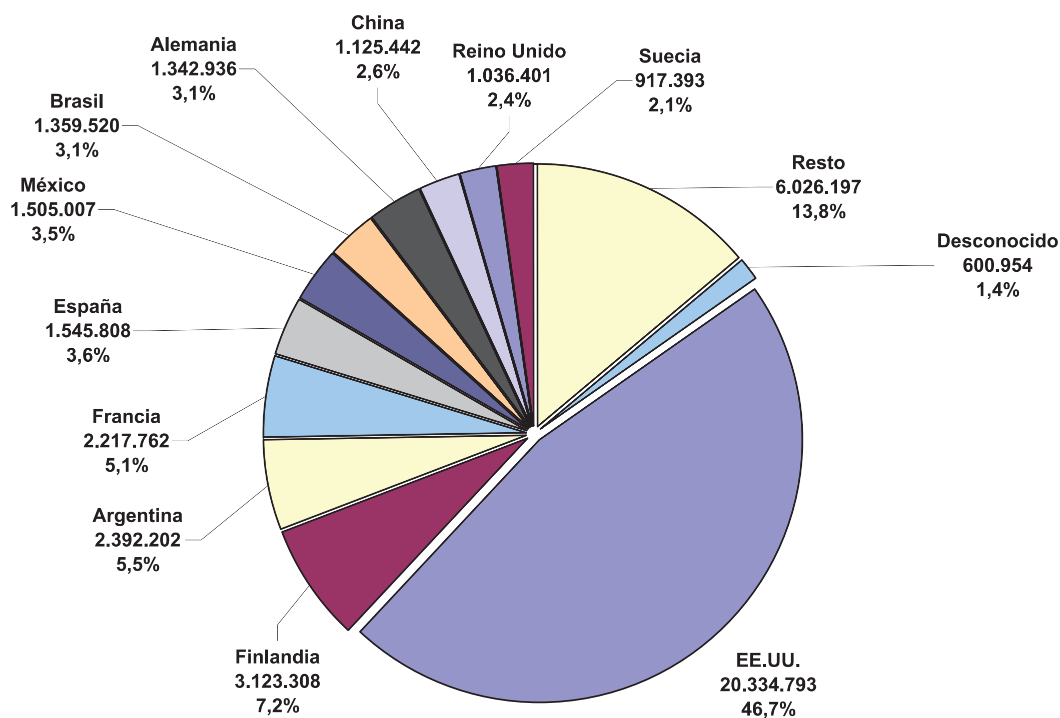
Exportaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según destino
Chile - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 142

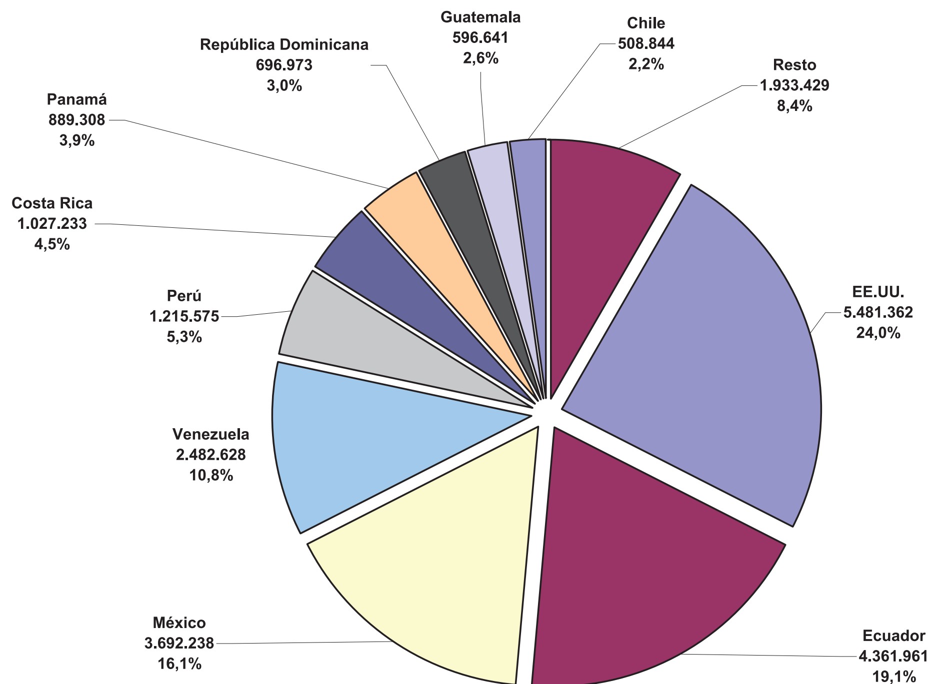
Importaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según origen
Chile - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 143

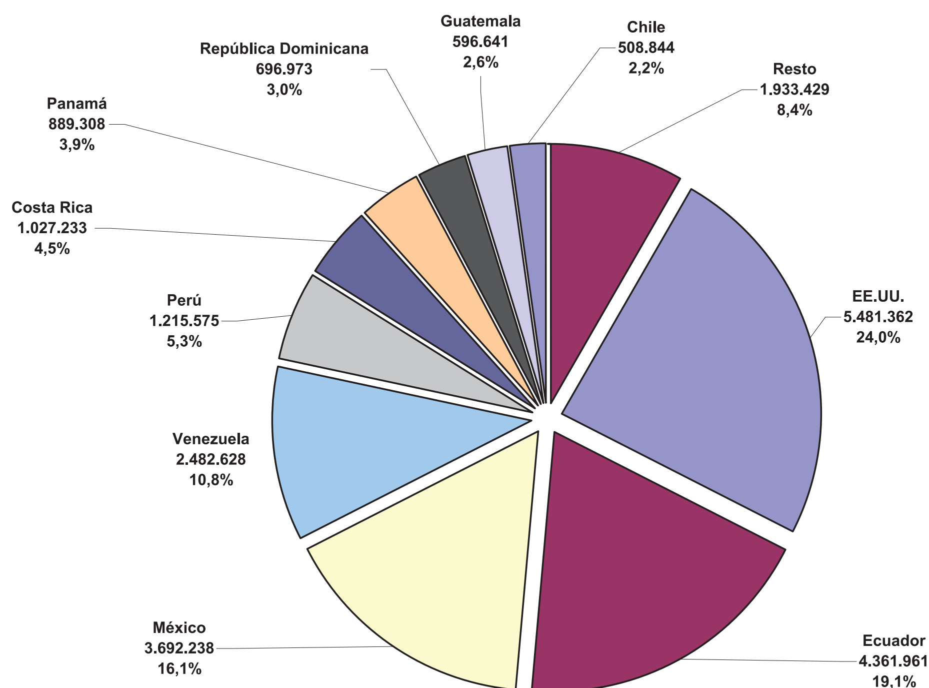
Exportaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según destino
Colombia - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 144

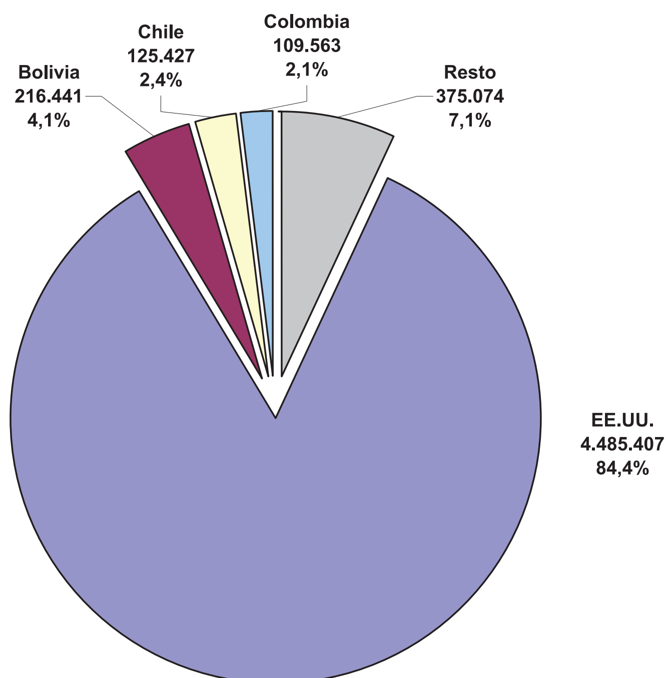
Exportaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según destino
Colombia - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 145

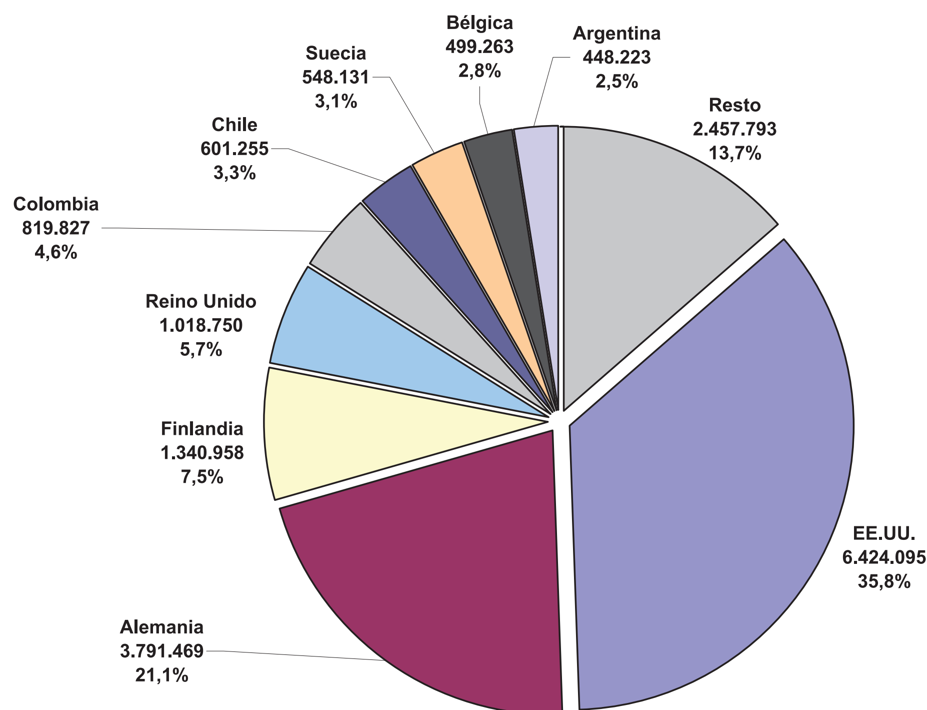
Exportaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según destino
Perú - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 146

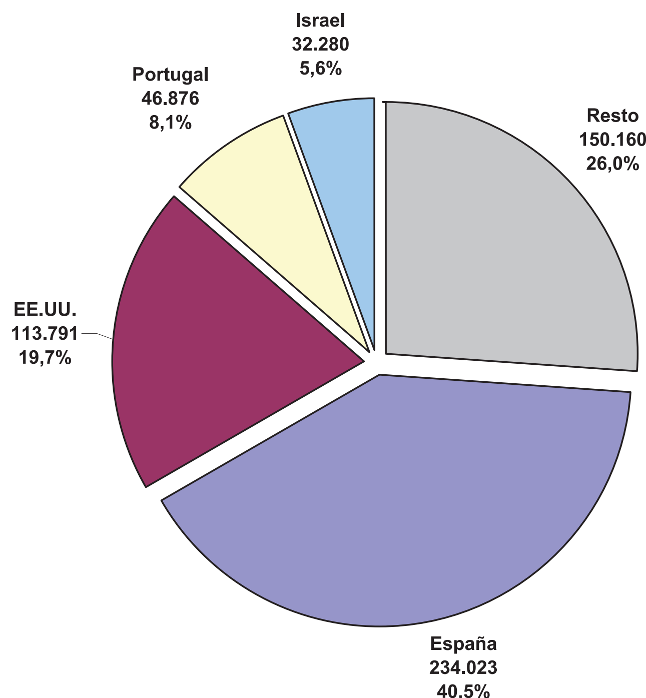
Importaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según origen
Perú - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 147

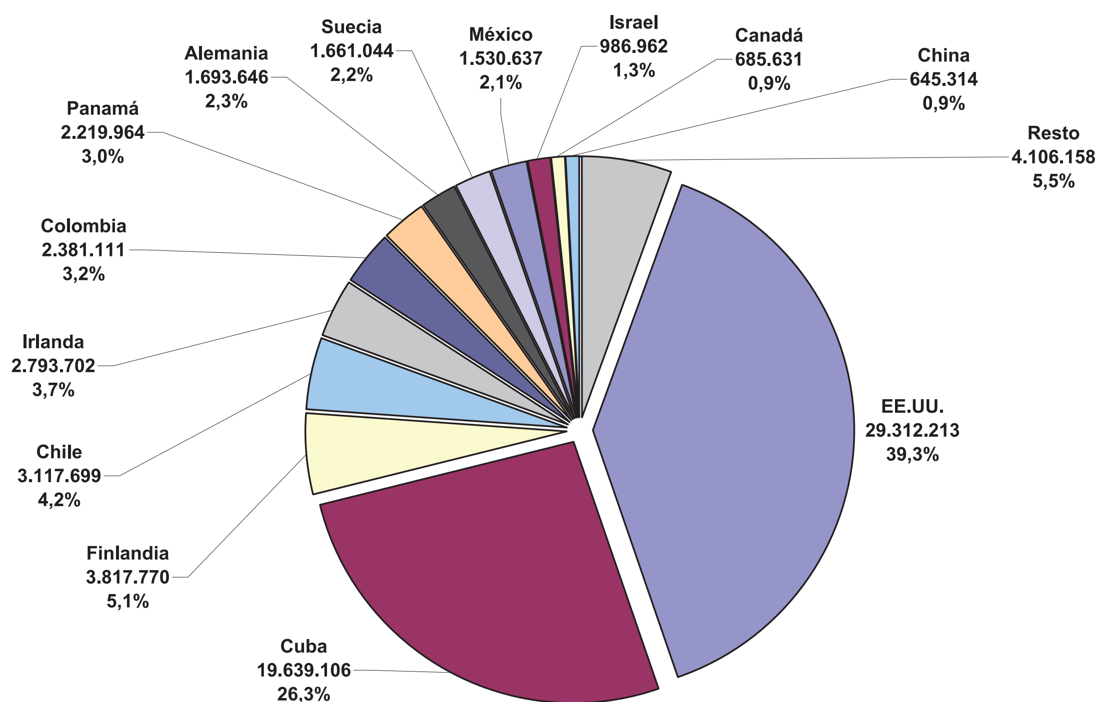
Exportaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según destino Venezuela - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

Gráfico 148

Importaciones de bienes característicos fonográficos y audiovisuales según destino Venezuela - Año 2005 - En dólares FOB y porcentaje



Fuente: elaboración propia en base a la información provista por los organismos nacionales de cultura de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.

BIBLIOGRAFÍA

- Convenio Andrés Bello (2007). *Consolidación de un Manual Metodológico para la Implementación de Cuentas Satélites de Cultura en Latinoamérica*, CAB, Noviembre de 2007.

- De Charras, Diego (2006). *Redes, burbujas y promesas. Algunas reflexiones críticas acerca del proyecto Sociedad de la Información y la nueva economía*. Buenos Aires, Prometeo Libros.

- Desrosieres, Alain (2004). *La política de los grandes números*. Editorial Melusina S.L., Barcelona.

- García Canclini, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México, Grijalbo.

- Getino, Octavio (2006). *El capital de la cultura. Las industrias culturales en Argentina y en la integración MERCOSUR*. Buenos Aires, Senado de la Nación y Parlamento del MERCOSUR.

- Gómez, Gustavo (2005), "El debate sobre la diversidad cultural en los procesos multilaterales actuales", en *Choike.org. Un portal sobre la sociedad civil del sur: Documentos para CMSI*, disponible en Internet.

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INDEC (2007). *Metodología de Estimación del balance de pagos*, Mayo.

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INDEC (1993). *Manual del Sistema de Cuentas Nacionales.*

- Loreti, Damián (2005). "Distintos tratamientos de la diversidad cultural: CMSI, UNESCO y OMC". Jornadas "Sociedad de la Información en Argentina, Políticas públicas y participación social". Buenos Aires, Fundación EBERT (Mimeo)

- MacBride, S. y otros (1987). *Un solo mundo, voces múltiples*. Fondo de Cultura Económica, México.

- Mastrini, Guillermo y De Charras, Diego (2005) "20 años no es nada: del NOMIC a la CMSI", en Anuario ININCO-Investigaciones de la Comunicación, n.17, vol.1, Junio, Caracas.

- Ministerio de Cultura de España (2008). *Anuario de Estadísticas Culturales 2007*. Madrid, MCE.

- Organización de Estados Americanos (2006). *Carta Cultural Iberoamericana*. Montevideo, 4 y 5 de noviembre.

- Ortiz, Renato (1994). *Mundialización y cultura*. Buenos Aires, Alianza.

- UNESCO (2005). *Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales*. París, 20 de octubre.

- UNESCO (2005) *Internacional flows of selected Cultural goods and services, 1994-2003*. Institut for statistics, Montreal

- UNESCO (2001). *Declaración Universal de la UNESCO sobre diversidad cultural*. París, 2 de noviembre.

- UNESCO (1986). Marco para Estadísticas Culturales (FCS, por sus siglas en inglés), Instituto de Estadísticas de UNESCO.

FUENTES DE INFORMACIÓN

La información estadística que aquí se presenta fue provista por los organismos nacionales de cultura de los siguientes 7 países: Argentina Brasil, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela. Cabe aclarar, sin embargo, que dichos organismos no son los productores primarios de esta información. Su tarea fue, en consecuencia, entrar en contacto con los institutos estadísticos correspondientes, quienes brindaron la información con el grado de detalle y desagregación solicitado.

Índice analítico
Región y países


Secretaría de
Cultura
Presidencia de la Nación
CULTURANACION


Argentina


Gobierno Bolivariano
de Venezuela
Ministerio del Poder Popular
para la Cultura


Venezuela
AHORA ES DE TODOS